

**HUBUNGAN ANTARA *SELF CONTROL* DENGAN  
INTENSITAS MEMBELI MELALUI PEMBELANJAAN  
ONLINE PADA KARYAWAN YANG SUDAH MENIKAH**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Hanny Sandra Prahasty**

**201310230311344**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2018**

**HUBUNGAN ANTARA *SELF CONTROL* DENGAN  
INTENSITAS MEMBELI MELALUI PEMBELANJAAN  
ONLINE PADA KARYAWAN YANG SUDAH MENIKAH**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Malang sebagai  
Salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

**Hanny Sandra Prahasty**  
**NIM : 201310230311344**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2018**

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**Hanny Sandra Prahasty**

**Nim : 201310230311344**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal, 13 April 2018

dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan  
memperoleh gelar Sarjana338 (S1) Psikologi  
Universitas Muhammadiyah Malang

## SUSUNAN DEWAN PENGUJI :

Ketua/Pembimbing I,

**Dr. Nida Hasanati, M. Si.**

Sekretaris/Pembimbing II,

**Istiqomah, S.Psi, M.Si**

Anggota I

**Zakarija Achmat, S.Psi., M.Si**

Anggota II

**Uun Zulfiana, S.Psi, M.Psi.**

Mengesahkan

D e k a n,

**Muhamad Salis Yuniardi, M.Psi., Ph.D.**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hanny Sandra Prahasty  
NIM : 201310230311344  
Fakultas/ Jurusan : Psikologi  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan bahwa skripsi/ karya tulis ilmiah ini yang berjudul “ Hubungan antara *Self Control* dengan Intensitas Membeli Melalui Pembelanjaan Online pada Karyawan yang Sudah Menikah ” :

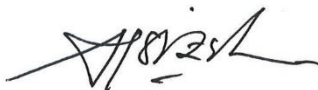
1. Adalah bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang digunakan dalam naskah ini dan telah disebutkan sumbernya.
2. Hasil karya ilmiah/ skripsi dari penelitian yang saya lakukan merupakan hak bebas royalti non-eksklusif, apabila digunakan sebagai sumber pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Malang, 13 April 2018

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Siti Maimunah, S.Psi., MM., MA.

Yang Menyatakan



Hanny Sandra Prahasty



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT dengan ridho dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan antara *Self Control* dengan Intensitas Membeli Melalui Pembelanjaan Online pada Karyawan yang Sudah Menikah” sebagai salah satu syarat wajib untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Muhammadiyah Malang.

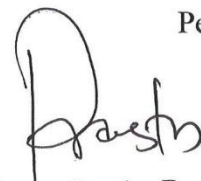
Dalam penulisan skripsi ini penulis menghadapi berbagai masalah dan hambatan, tetapi berkat bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, Alhamdulillah segala hambatan dan masalah tersebut dapat diatasi. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Muhammad Salis Yuniardi, M.Psi, Ph.D, selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Nida Hasanati, M.Si. selaku pembimbing I dan Istiqomah, S.Psi, M.Si. selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan, motivasi, dan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Siti Maemunah, S.Psi., MM, MA. Selaku ketua program studi Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Yudi Suharsono, S.Psi, M.Si selaku dosen wali yang selalu memberikan masukan serta motivasi pada masa perkuliahan.
5. Deden Setiawan dan Heni Rohaeni selaku orang tua yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, nasihat yang tak pernah henti.
6. Manager dan staff perusahaan SAKA Indonesia Pangkah Limited yang telah memberikan kesempatan sehingga dapat melakukan penelitian di perusahaannya.
7. Seluruh karyawan perusahaan SAKA Indonesia Pangkah Limited yang telah meluangkan waktunya dan menjadi responden dalam penelitian ini.

Penulis menyadari tiada satupun karya manusia yang sempurna, sehingga kritik dan saran demi perbaikan karya ini sangat penulis harapkan. Meski demikian, penulis berharap semoga ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pembaca umumnya.

Malang, April 2018

Penulis



Hanny Sandra Prahasty

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	v
DAFTAR LAMPIRAN .....	vi
IDENTITAS .....	1
INTISARI .....	1
Kata Kunci/Keywords .....	1
Pendahuluan .....	2
Landasan Teori .....	5
Intensitas Membeli Melalui Pembelanjaan Online .....	5
<i>Self Control</i> .....	7
Hubungan <i>Self control</i> dengan intensitas membeli melalui pembelanjaan online ..	9
Kerangka Berfikir .....	12
Metode Penelitian .....	13
Rancangan Penelitian .....	13
Subjek Penelitian .....	13
Variabel dan Instrumen Penelitian .....	13
Prosedur dan Analisa Data .....	14
Hasil Penelitian .....	15
Diskusi .....	16
Simpulan dan Implikasi .....	19
Daftar Pustaka .....	20
Lampiran .....	24

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Indeks Validitas Skala Penelitian .....	14
Tabel 1. Indeks Reliabilitas Skala Penelitian.....	14
Tabel 2. Deskripsi Subjek Penelitian .....	15
Tabel 3. Tingkatan Kecenderungan <i>Self Control</i> Dan Intensitas Membeli Melalui Pembelanjaan Online pada Karyawan yang Sudah Menikah .....	15
Tabel 4. Hasil Analisa Uji <i>rank spearman</i> .....	16



## Daftar lampiran

LAMPIRAN 1	
Surat Ijin Penelitian .....	24
LAMPIRAN 2	
Skala <i>Tryout</i> .....	25
LAMPIRAN 3	
Rekapitulasi Hasil <i>Tryout</i> .....	30
LAMPIRAN 4	
Hasil Validitas dan Reliabilitas .....	31
LAMPIRAN 5	
<i>Blue Print</i> Skala <i>Self Control</i> dan Intensitas Membeli melalui Pembelanjaan Online.....	36
LAMPIRAN 6	
Skala Penelitian .....	39
LAMPIRAN 7	
Rekapitulasi data skala <i>Self Control</i> .....	44
LAMPIRAN 8	
Rekapitulasi data skala Intensitas Membeli melalui Pembelanjaan Online .....	45
LAMPIRAN 9	
Hasil perhitungan T-Score .....	46
LAMPIRAN 10	
Output SPSS hasil penelitian .....	51



# HUBUNGAN ANTARA *SELF CONTROL* DENGAN INTENSITAS MEMBELI MELALUI PEMBELANJAAN ONLINE PADA KARYAWAN YANG SUDAH MENIKAH

Hanny Sandra Prahasty

Fakultas Psikologi, Universitas Muhamadiyah Malang

*Hannysandra23@yahoo.com*

Kebutuhan akan pengakuan dan penerimaan dari sesama rekan kerja atau atasan membuat karyawan berlomba-lomba dalam mengikuti tren *fashion* yang ada. Akan tetapi pada konsep ini karyawan tidak hanya menghabiskan penghasilannya untuk kebutuhan penunjang karir semata, tetapi juga untuk kebutuhan keluarga dan rumah tangga. *Self control* diharapkan mampu untuk mendorong seseorang melakukan penghematan dan juga dapat menekan intensitas membeli yang tinggi pada karyawan yang sudah menikah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan *self control* dengan intensitas membeli melalui pembelian online pada karyawan yang sudah menikah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah subjek sebanyak 105 karyawan yang sudah menikah dengan menggunakan metode *purposive sampling* Metode pengumpulan data menggunakan skala modifikasi dari skala intensitas pengguna internet dan skala *self control*. Data penelitian dianalisa dengan menggunakan korelasi *rank spearman*. Hasil analisa yang telah dilakukan diperoleh skor ( $r=-,317;p=,001$ ), yang menunjukkan adanya hubungan antara *self control* dengan intensitas membeli melalui pembelian online pada karyawan yang sudah menikah. Kontribusi *self control* terhadap intensitas membeli melalui pembelian online sebesar 13%.

**Kata kunci :** *Self Control*, Intensitas Membeli Melalui Pembelanjaan Online, Karyawan Yang Sudah Menikah

*The need for recognition and acceptance from colleagues or superiors to make employees competing in following the existing fashion trends. However, in this concept, employees not only spend their income for the needs of career meritorious, but also for the needs of family and household. Self control is expected to encourage someone to make savings and also can suppress the high buying intensity of married employees. The purpose of this study is to determine the relationship between self control with the intensity of buying through online shopping on married employees. This study uses a quantitative approach. Number of subjects 105 married employees by using purposive sampling method. Methods of data collection using modification scale from the scale of the intensity of Internet users and the scale of self control. Research data were analyzed by using rank spearman correlation. The results of the analysis have been obtained scores ( $r=-,317;p=,001$ ), which shows the relationship between self control and the intensity of buying through onlie spending on married employees. Contribution of self control to buy intensity through online expenditure of 13%.*

**Keyword :** *Self Control*, The Intensity Of Buying Through Online Shopping, Married Employees.

Karyawan sebagai salah satu pelaku utama berkembangnya bisnis online yang ada di Indonesia. Kebutuhan akan pengakuan dan penerimaan dari sesama rekan kerja atau atasan membuat karyawan berlomba-lomba dalam mengikuti tren fesyen yang ada. Hal ini membuat sebagian besar pembisnis gencar mempromosikan dagangannya. Bisnis elektronik dengan konsep *shopping online* kini marak dalam beberapa tahun terakhir seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi melalui internet. Toko online adalah tempat untuk menawarkan jasa ataupun barang melalui media internet kemudian, pembeli di toko online dapat melihat barang ataupun jasa di toko online tersebut (Loekamto, 2012). Pembeli pada umumnya tertarik untuk membeli pakaian, tas, sepatu, makeup, dan berbagai kebutuhan yang lainnya. Barang-barang itu dapat diperoleh dengan cepat, tidak sulit dan harga cukup terjangkau, bahkan ada toko online yang menyediakan ongkir (ongkos kirim) gratis.

Kotler & Amstrong (2008:45) keuntungan untuk konsumen di toko *online* adalah memberikan rasa nyaman. Konsumen tidak akan bertemu dengan kemacetan di jalan atau mencari tempat untuk parkir dan berbelanja dari toko satu ke toko lainnya. Konsumen juga dapat membandingkan satu merek dengan merek, membandingkan harga, dan membeli barang kapanpun dan dimanapun. Berbelanja *online* juga memiliki kelemahan, diantaranya adalah sulitnya mendapat bantuan ketika hendak belanja. Pembeli tidak bisa memegang ataupun mencoba langsung barang yang ingin dibeli serta tidak bisa langsung bertatap muka dengan penjual, sehingga, kerusakan barang ketika mengirim bisa saja terjadi dan tindakan penipuan ketika berbelanja secara online pun kerap terjadi.

Riset yang dilakukan oleh The Nielsen Company Indonesia dilansir pada tahun 2010, yaitu meningkatnya pembelian online terjadi seiring dengan tingginya tingkat rasa nyaman dan aman masyarakat dalam mengakses toko online. Hasil riset yang dilakukan oleh Nielsen menyatakan bahwa, 70% dari 30 juta pengguna internet di Indonesia adalah membeli secara online. (Budaya Belanja Online Mulai Tumbuh, 2010).

Peningkatan dalam belanja online seperti yang dilansir oleh The Nielsen Company Indonesia ini mengisyaratkan bahwa intensitas membeli melalui toko online meningkat seiring waktu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007), intensitas sendiri merupakan keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. Sedangkan menurut Katawetawaraks dan Wang (2011) menjelaskan bahwa belanja online adalah kegiatan pembelian produk (baik barang ataupun jasa) melalui media internet. Jadi, dapat disimpulkan intensitas membeli <sup>melalui</sup> pembelian online adalah seberapa sering (tingkatannya) dalam melakukan pembelian produk (baik barang atau jasa) melalui internet dalam kurun waktu yang ditentukan.

Peningkatan jumlah pembeli dalam belanja online, menyebabkan permasalahan pada perilaku dalam berbelanja online yang tidak semestinya yaitu membeli sesuatu dan tidak sesuai dengan kebutuhan, seharusnya konsumen membelikan uangnya untuk membeli sesuatu sesuai dengan kebutuhan, yang terjadi banyak konsumen membeli barang yang tidak berdasarkan pada kebutuhan tetapi atas dasar keinginan, perilaku ini disebabkan karena pengaruh rekan, *life style* serta lingkungan sekitar. (Mahlalela, 1998).

Beberapa faktor yang mendorong seseorang untuk berperilaku membeli menurut Kotler (2003) terdiri dari: (1) kebudayaan (2) sosial, (3) personal, (4) Psikologi. Devaraj et. al (2003) berpendapat tentang faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan pembelian secara online, yaitu : (1) Efisiensi untuk pencarian, (2) *value*, dan (3) interaksi. Faktor yang mempengaruhi seseorang terutama karyawan dalam melakukan pembelian secara online ini dapat mempengaruhi faktor psikologis seorang karyawan seperti yang dijelaskan oleh Kotler (2003), dimana salah satu variabel dari faktor psikologis yakni sikap adalah bagian dari kontrol diri. Averill (dalam Kusumadewi, 2012) menjelaskan bahwa *self control* adalah bagian dari psikologi yang masuk dalam kemampuan seseorang untuk seseorang dalam mengelola informasi yang dibutuhkan, mengubah perilaku, serta keahlian seseorang guna memilih suatu tindakan yang diinginkannya. Sehingga, adanya kontrol diri mampu membuat seorang karyawan yang sudah menikah dan sudah memiliki tanggung jawab lebih untuk kebutuhan keluarga mampu mengendalikan nafsu atau keinginannya dalam berbelanja ketika sedang melakukan pencarian di toko online.

Penelitian yang dilakukan Otto, et al (2004) dalam pembahasan tentang keuangan, *self control* merupakan kegiatan yang dapat berguna untuk mendorong seseorang melakukan penghematan dan juga dapat menekan pembelian impulsif (tujuan untuk kesenangan semata). Dua alasan yang mengharuskan seseorang memiliki *self control* secara teratur, yaitu, seseorang tinggal dengan masyarakat sehingga untuk memenuhi keinginannya seseorang harus memiliki *self control* agar tidak mengusik kenyamanan orang lain, selanjutnya, masyarakat memicu seseorang untuk dengan konstan mengatur kebutuhan yang baik bagi dirinya. (Calhoun dan Acocella dalam Ghufroon & Rini, 2010)

Averill (2010), menjelaskan 3 aspek kemampuan mengontrol diri diantaranya adalah a). kognitif (*cognitive control*), b). mengontrol kepuasan (*decisional control*), c). kontrol perilaku (*behavioral control*). Dalam studi tentang kontrol diri terkait dengan konsumsi, Hoch dan Loewenstein (2012) mengkonseptualisasikan kontrol diri konsumen sebagai sebuah perjuangan antara kemauan dan keinginan yang muncul dari preferensi yang tidak sesuai dengan waktu. Penelitian terbaru menyoroti pentingnya spesifisitas domain dalam memahami lebih baik efek dari sifat individu misalnya, kecenderungan mengambil risiko dan kecenderungan untuk merencanakan.

Menurut Madjuk, I. (2013) dalam penelitiannya mengatakan sebenarnya perilaku membeli tidak menjadi masalah, selama kebiasaan tersebut ditunjang oleh keadaan finansial yang memadai. Akan menjadi masalah ketika kecenderungan dalam berbelanja yang sebenarnya wajar pada pekerja ini dilakukan secara berlebihan. Terkadang apa yang di tuntut oleh pekerja di luar kemampuannya sebagai sumber dana. Hal ini menyebabkan banyak pegawai negeri sipil yang mengeluh saat mereka mulai memasuki dunia modern.

Pada usia 20 hingga 45 tahun biasanya seseorang cenderung untuk membangun hingga puncak karir, hal ini tentu membuat hampir keseluruhan waktu banyak dihabiskan untuk bekerja dan melakukan tugas rutin. Terlebih jika dikaitkan dengan status perkawinan yang rata-rata telah menikah, tentu, waktu yang dimiliki di luar jam kerja banyak dihabiskan untuk kegiatan bersama keluarga. Sebagai

seorang karyawan yang sudah memiliki gaji namun sedikit memiliki waktu untuk melakukan aktivitas belanja secara konvensional, membuat keberadaan toko online menjadi sarana belanja yang efektif dan efisien dalam memenuhi kebutuhannya. Kemudahan yang didapat seseorang dalam melakukan pembelanjaan secara online ini justru bisa membuat seseorang melakukan intensitas pembelian yang tinggi, bahkan sampai melakukan pembelanjaan yang tidak direncanakan sehingga seorang karyawan akan menjadi sangat konsumtif.

Karyawan yakni penduduk dalam usia kerja (berusia 15-64 tahun) dalam suatu negara yang memproduksi barang atau jasa jika terdapat permintaan terhadap tenaga karyawan, dan jika mereka mau mengikuti aktivitas tersebut (Manullang, 2002). Karyawan adalah orang penjual jasa dan mendapat penghasilan yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu. Biasanya usia pekerja yang memasuki tahap usia dewasa awal ini sudah menikah. Seseorang yang berkarir dan telah menikah harus memenuhi kebutuhan rumah tangganya setiap bulan, tapi ia juga mendapat pengaruh secara tidak langsung yang didapat dari *social class membership*, hal ini berarti bahwa karyawan yang mendapatkan suatu pekerjaan sekaligus juga akan mendapatkan prestise yang akan ditunjukkan oleh pola sikap dan tingkah laku tertentu (Kartasapoetra, G. 1985). Dengan begitu, dimensi hubungan sosial dan *life style* pada kalangan pegawai mulai berubah dan menyesuaikan diri dengan gaya hidup modern sesuai kemampuan dan akses yang di miliki. Singkatnya, karyawan yang sudah memiliki gaji akan mengalami perubahan terhadap kondisi sosial ke tahap berikutnya atau menuju taraf kehidupan yang semakin kompleks.

Tanggung jawab yang harus dipenuhi pada pernikahan yaitu ketersediaannya jaminan mengenai nafkah atau perekonomian, pendidikan anak, kesejahteraan dalam keluarga, perlindungan serta keamanan juga jaminan kesehatan. Karyawan yang telah menikah tentunya memiliki kebutuhan ekonomi yang lebih dibanding karyawan yang belum menikah, selain kebutuhan akan eksistensi dirinya, pada karyawan yang sudah menikahpun harus memenuhi kebutuhan keluarga (Gilarso, 1996). Wawancara yang dilakukan oleh Putri, A. W. (2018) kepada wanita pekerja yang sudah menikah memperkuat teori milik Gilarso, bahwa pegawai wanita yang sudah menikah dan memiliki anak cenderung untuk membeli makeup dan sesekali pakaian untuk kerja juga sering membeli buku cerita, mainan serta peralatan sekolah untuk anaknya pada toko online karena dinilai lebih menghemat waktu dan tenaga.

Tahapan pada hidup dewasa awal atau usia pekerja sekitar usia 20 hingga 45 tahun juga bisa saja memiliki kontrol diri yang rendah. Sebagai contoh pada fenomena kaum sosialita yang sedang marak diperbincangkan akhir-akhir ini. Sosialita adalah cerminan *life style* yang mewah, *high class*, serta khusus untuk kalangan terbatas. Kelompok sosialita biasanya adalah wanita. Mereka menggunakan baju yang bermerk dari toko terkenal, untuk terlihat seperti sosialita sesungguhnya, biasanya juga harus memiliki tas dengan brand terkenal seperti yang kini sedang digemari seperti Bvlgari, Chanel, Louis Vuitton, Ralph Lauren, Hermes, Reed Krakoff, Gucci, dan lain sebagainya. (Indrietta, 2013).



Berdasarkan permasalahan yang ada dan pemaparan hasil penelitian sebelumnya, maka penelitian ini merasa penting untuk dilakukan, mengenai apakah adanya hubungan antara *self control* dengan intensitas membeli melalui pembelian online pada karyawan yang sudah menikah?. Tujuan mendasar penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan *self control* dengan intensitas membeli melalui pembelian online pada karyawan yang sudah menikah dimana ketika seorang karyawan yang telah memiliki penghasilan, maka penghasilannya akan ia gunakan untuk dirinya sendiri, berbeda halnya dengan karyawan yang sudah menikah. Pendapatan yang ia terima harus juga ia bagi untuk keperluan keluarganya, sehingga peran dari *self control* sangat dibutuhkan untuk menekan pengeluaran yang tidak wajar. Adapun manfaat penelitian ini secara teoritis dan praktis, dimana hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi dan pemahaman mendalam mengenai konsep teori *self control* dan intensitas membeli secara online dan sebagai referensi pemecahan masalah khususnya pada karyawan yang sudah menikah agar mampu mengontrol diri dalam melakukan pembelian secara online. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat berkontribusi positif pada perkembangan ilmu psikologi dalam organisasi.

### **Intensitas membeli melalui pembelian online**

Kamus Besar Bahasa Indonesia menerangkan intensitas adalah keadaan tingkatan atau ukuran intens. Intens disini merupakan sesuatu yang hebat atau sangat tinggi; bergelora/ penuh semangat sangat emosional. Tingkatan disini menggambarkan seberapa sering toko online dipakai oleh seorang pegawai untuk melakukan pembelian atau pembelian secara online dalam kurun waktu dan value (harga/biaya) tertentu.

Menurut Katawetawaraks dan Wang (2011) belanja online yaitu aktifitas membeli produk (baik barang ataupun jasa) melalui internet. Aktifitas belanja online ini meliputi *Business to Business* (B2B) atau *Business to Consumers* (B2C), sedangkan pada penelitian kegiatan belanja online disangkutn dengan B2C karena kegiatan membeli yang dimaksud yaitu kegiatan membeli yang digunakan oleh konsumen itu sendiri. Aktifitas belanja online adalah transaksi yang bersifat ritel dengan pembeli individu, sehingga belanja online adalah keputusan membeli yang dilakukan oleh seseorang secara online. Manfaat dari belanja online adalah pembeli dapat melihat terlebih dahulu (produk) yang akan dibelinya melalui *web* yang ditawarkan oleh penjual.

Menurut Kotler & Amstrong (2008:45) keuntungan berbelanja bagi konsumen *online* antara lain memberikan kenyamanan. Pelanggan tidak perlu bergelut dengan lalu lintas, tidak perlu mencari tempat parkir dan berbelanja dari toko ke toko. Konsumen dapat membandingkan merek, memeriksa harga, dan memesan barang dagangan 24 jam sehari dari mana saja. Selain itu berbelanja *online* juga memiliki kelemahan, yaitu minimnya bantuan saat berbelanja dimana konsumen tidak dapat melakukan kontak fisik secara langsung dengan penjual dan produk juga tidak bisa diraba atau dicoba, kemungkinan kerusakan produk saat pengiriman tidak dapat dibatalkan serta penipuan yang seringkali terjadi dalam berbelanja *online*.

Intensitas membeli melalui pembelanjaan online adalah sebuah keadaan tingkatan perilaku membeli untuk memperoleh sesuatu barang atau jasa (Poerdarminta, 1990). Engel & Blackwell (1995) mendefinisikan perilaku membeli sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dengan proses mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan-penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa intensitas membeli melalui pembelanjaan online adalah perilaku dalam membeli dengan cara melihat foto, video atau keterangan produk terlebih dahulu yang akan dibelinya melalui website atau toko online yang dituju, sehingga dapat lebih menghemat waktu dan tenaga dengan keadaan tingkatan sering atau tidaknya seseorang (pegawai) melakukan kegiatan atau aktivitas membeli dilihat dari kurun waktu tertentu dan value atau harga yang dikeluarkan.

Kotler (2008) menjelaskan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu pertama, budaya, faktor ini mempunyai pengaruh yang luas dan mendalam pada perilaku membeli seorang konsumen, seperti a). sub-budaya yang merupakan kelompok masyarakat yang berbagi sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi umum. Banyak subbudaya yang membentuk segmen pasar yang penting, dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang dibuat untuk kebutuhan mereka. b). Kelas sosial yaitu dimana anggotanya memiliki nilai, minat dan perilaku yang sama.

Kedua, sosial, faktor ini juga mempengaruhi perilaku membeli diantaranya ada a). Kelompok mempunyai pengaruh langsung dimana seseorang menjadi anggotanya disebut kelompok keanggotaan. Pemasar mencoba mengidentifikasi kelompok referensi yang menjadi pasar sasaran mereka. Arti penting kelompok mempengaruhi berbagai produk dan merek. b). Keluarga adalah konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Pemasar tertarik dengan peran dan pengaruh suami, istri, serta anak-anak dalam pembelian barang dan jasa yang berbeda. c). Peran dan status adalah posisi seseorang dalam masing-masing kelompok. Peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dilakukan seseorang sesuai dengan orang-orang di sekitarnya. Masing-masing peran membawa status yang mencerminkan nilai umum yang diberikan kepadanya oleh masyarakat. Orang biasanya memilih produk yang sesuai dengan peran dan status mereka.

Ketiga, pribadi merupakan karakteristik psikologis individu yang berbeda dengan individu lain yang mengakibatkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan disebut dengan faktor pribadi. Faktor pribadi terdiri dari a). Usia dan tahap siklus hidup, pembelian dibentuk oleh tahap siklus hidup keluarga. Tahapan yang dilalui keluarga ketika mereka menjadi matang dengan berjalannya waktu. b). Pekerjaan mempengaruhi barang dan jasa yang mereka beli. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata pada produk dan jasa mereka. c). Situasi ekonomi mempengaruhi pilihan produk seseorang. Pemasar barang yang sensitif terhadap pendapatan mengamati gejala pendapatan pribadi, tabungan, dan suku bunga. d). Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya. Konsumen yang sangat termotivasi oleh pencapaian

mencari produk dan jasa yang mendemonstrasikan keberhasilan mereka kepada teman-temannya.e). Kepribadian dan konsep diri mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respons yang konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan itu sendiri. Banyak produsen yang menggunakan konsep yang berhubungan dengan kepribadian, yaitu konsep diri seseorang. Gagasan dasar konsep diri adalah kepemilikan seseorang menunjukkan dan mencerminkan identitas mereka.

Keempat, psikologis perilaku pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis, yaitu a). Motivasi adalah kebutuhan dengan tekanan kuat yang mengarahkan seseorang mencari kepuasan atas kebutuhan tersebut. b). Persepsi yaitu proses seseorang mengatur, memilih, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti. c). Pembelajaran adalah perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. d). Keyakinan dan sikap. Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Produsen tertarik pada keyakinan yang diformulasikan seseorang tentang produk dan jasa tertentu, karena keyakinan ini membentuk citra produk dan merek yang mempengaruhi perilaku pembelian. Sikap menempatkan orang dalam kerangka pikiran untuk menyukai atau tidak menyukai sesuatu, untuk bergerak menuju atau meninggalkan sesuatu.

Perilaku membeli secara online menurut Devaraj et.al (2003) dipengaruhi oleh 3 faktor yaitu 1). Efisiensi pencarian, seperti penghematan waktu, mudah dalam penggunaan, dan usaha dalam pencarian mudah. 2). Value seperti harga yang bersaing dan kualitas produk yang baik. 3). Interaksi meliputi, informasi yang diterima terhadap produk yang diinginkan, keamanan sebuah situs dalam menjaga privasi dari konsumen itu sendiri, load time cepat sehingga memudahkan dalam menampilkan halaman web yang diinginkan dan navigasi yang jelas untuk memudahkan proses pembelian.

Menurut Horrigan (2002), intensitas terdiri dari tiga aspek, yakni 1). Aspek frekuensi. Aspek frekuensi merujuk pada tingkatan atau seberapa sering subjek melakukan pembelian secara online. 2). Lama mangakses. Aspek ini mempunyai arti penting karena berapa lama waktu yang digunakan untuk berbelanja online. 3). Value. Aspek value memiliki arti sebagai biaya yang dikeluarkan subjek dalam berbelanja. Aspek ini merupakan aspek tambahan karena dianggap penting dalam menunjang aspek frekuensi dan durasi untuk mengetahui intensitas subjek dalam melakukan pembelian online.

### ***Self Control***

Kontrol diri atau *self control* diartikan sebagai kemampuan individu untuk menyesuaikan tingkah laku dengan apa yang dianggap diterima secara sosial oleh masyarakat (Papalia, 2004). Wallston (dalam Sarafino, 2006) menyatakan bahwa kontrol diri adalah perasaan individu bahwa ia mampu untuk membuat keputusan dan mengambil tindakan yang efektif untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dan menghindari hasil yang tidak diinginkan. Pengertian kontrol diri yang dikemukakan oleh Averill (Kusumadewi, 2012) ialah merupakan variabel psikologis yang mencakup kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku,

kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak penting atau penting dan kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan yang diyakininya. Selain itu, menurut Risnawati (2011) kontrol diri juga menggambarkan keputusan individu yang melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun untuk meningkatkan hasil dan tujuan tertentu seperti diinginkan. Kontrol diri diperlukan guna membantu individu dalam mengatasi berbagai hal merugikan yang mungkin terjadi yang berasal dari luar.

Berdasarkan uraian mengenai *self control*, maka dapat disimpulkan bahwa terbentuknya *self control* pada diri seseorang menurut Risnawati dan Averill terjadi pada proses *cognitive control* terlebih dahulu, dimana ketika seseorang menerima stimulus maka individu tersebut akan mempertimbangkan stimulus yang baik dan tidak baik untuk dirinya sehingga tercapailah suatu keputusan (*decisional control*) yang diyakininya untuk kemudian menyatukan perilaku yang telah disusun guna meningkatkan hasil dan tujuan tertentu yang diinginkan agar sesuai atau nyaman dengan lingkungan sosialnya (*behavioral control*).

Dalam *self control* terdapat tiga indikator yang memiliki penilaiannya sendiri-sendiri terhadap perilaku seseorang (Baumeister, 2002) diantaranya 1). *Standart* mengacu pada tujuan, ideal, norma dan panduan lainnya yang menspesifikasi respon. Konsumen yang memahami apa yang diinginkannya tidak akan terjankit masalah pembelian yang berlebih. 2). *Monitoring*. Proses kontrol adalah menjaga jalur agar tetap pada perilaku yang relevan. Pada saat individu menjaga dengan hati-hati arah pola belanja mereka, maka pembelian yang tidak terencana jarang muncul. Ketika orang menjaga hati-hati akan uang dan pengeluaran mereka, pembelian impulsif cenderung menurun. 3). *Capacity to change*. Seseorang mungkin menyadari apa yang diinginkan dan juga perilakunya, namun tidak mampu untuk membuat dirinya berperilaku seperti yang diperlukan.

Menurut Averill (1973), terdapat tiga jenis tipe mengontrol diri atau self control, yaitu 1). kontrol perilaku (*behavioral control*) merupakan kesiapan atau tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini terbagi menjadi dua komponen, yaitu mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) dan kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*). Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan, dirinya sendiri atau sesuatu diluar dirinya. Individu yang kemampuan mengontrol dirinya baik akan mampu mengatur perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya dan bila tidak mampu individu akan menggunakan sumber eksternal. Kemampuan mengatur stimulus merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi. Ada beberapa cara yang dapat digunakan, yaitu mencegah atau menjauhi stimulus, menempatkan tenggang waktu di antara rangkaian stimulus yang sedang berlangsung, menghentikan stimulus sebelum waktunya berakhir, dan memngatasi intensitasnya. 2). *Cognitive control* merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau untuk mengurangi tekanan. Aspek ini terdiri atas dua



komponen, yaitu memperoleh informasi (*information gain*) dan melakukan penilaian (*appraisal*). Dengan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai suatu keadaan yang tidak menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subjektif. 3). *Decisional control* merupakan kemampuan individu untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya. Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

Hudaniah (2003) menjelaskan ada lima faktor yang mempengaruhi *self control*, yaitu 1). Kepribadian mempengaruhi kontrol diri dalam konteks bagaimana seseorang dengan tipikal tertentu bereaksi dengan tekanan yang dihadapinya dan berpengaruh pada hasil yang akan diperolehnya. 2). Situasi faktor yang berperan penting dalam proses kontrol diri. Situasi yang dihadapi akan dipersepsi berbeda oleh setiap orang, bahkan terkadang situasi yang sama dapat dipersepsi yang berbeda pula sehingga akan mempengaruhi cara memberikan reaksi terhadap situasi tersebut. 3). Etnis mempengaruhi kontrol diri dalam bentuk keyakinan atau pemikiran, dimana setiap kebudayaan tertentu memiliki keyakinan atau nilai yang membentuk cara seseorang berhubungan atau bereaksi dengan lingkungan. 4). Pengalaman akan membentuk proses pembelajaran pada diri seseorang, sehingga pengalaman yang positif akan mendorong seseorang untuk bertindak yang sama, sedangkan pengalaman negatif akan dapat merubah pola reaksi terhadap situasi tersebut. 5). Usia. Bertambahnya usia pada dasarnya akan diikuti dengan bertambahnya kematangan dalam berpikir dan bertindak. Hal ini dikarenakan pengalaman hidup yang telah dilalui lebih banyak dan bervariasi, sehingga akan sangat membantu dalam memberikan reaksi terhadap situasi yang dihadapi.

### **Hubungan *self control* dengan intensitas membeli melalui pembelian online**

Karyawan sebagai salah satu pelaku utama berkembangnya bisnis online yang ada di Indonesia. Kebutuhan akan pengakuan dan penerimaan dari sesama rekan kerja atau atasan membuat karyawan berlomba-lomba dalam mengikuti tren yang ada. Bagi karyawan yang belum menikah, penghasilan yang diterima setiap bulannya dapat digunakan untuk dirinya sendiri dan kebutuhan penunjang karir, akan tetapi lain halnya dengan karyawan yang sudah menikah. Penghasilan yang diterima juga harus diatur agar mampu memenuhi kebutuhan penunjang karir dan kebutuhan keluarga serta rumah tangga. Pekerjaan yang padat dan waktu yang tidak cukup luang dalam melakukan pembelian secara konvensional membuat seorang karyawan menghabiskan waktu luang pada hari libur untuk dihabiskan bersama keluarga sehingga keberadaan toko online menjadi sarana belanja yang efektif dan efisien dalam memenuhi kebutuhannya. Kemudahan yang didapat seseorang ketika melakukan pembelian online ini justru bisa membuat seseorang melakukan intensitas pembelian yang tinggi, sehingga seorang karyawan akan menjadi sangat konsumtif. Perilaku membeli secara online dengan

intensitas yang tinggi ini akan menjadi permasalahan ketika seorang karyawan sudah berkeluarga.

Astriani (2013) mengungkapkan, para karyawan dengan gaji bulanan cenderung bersikap boros, mereka yakin bulan depan akan memperoleh gaji. Jika di hubungkan dengan karyawan yang sudah menikah, maka karyawan tersebut memiliki tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan keluarganya juga keinginan untuk memenuhi gaya hidupnya di lingkungan kerja. Hal ini menunjukkan adanya faktor kepribadian yaitu *self control* (kontrol diri) yang memengaruhi seseorang dalam melakukan kegiatan ekonominya.

*Self control* yaitu kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri, dalam artian kemampuan seseorang untuk menekan. Intensitas membeli yang tinggi dapat di tekan dan bahkan di hindari apabila seorang karyawan memiliki sistem pengendalian internal pada dirinya yang disebut kontrol diri sehingga akan berdampak pada intensitas pembelian yang lebih rendah.

Averill (1973), menjelaskan terdapat tiga jenis tipe mengontrol diri, yaitu kontrol perilaku (*behavior control*) merupakan kesiapan atau tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan dengan cara mencegah atau menjauhi stimulus, menempatkan tenggang waktu diantara rangkaian stimulus yang sedang berlangsung, menghentikan stimulus sebelum waktunya berakhir dan mengatasi intensitasnya, kontrol kognitif (*cognitive control*) merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau untuk mengurangi tekanan, dan mengontrol keputusan (*decisional control*) Merupakan kemampuan individu untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya. Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

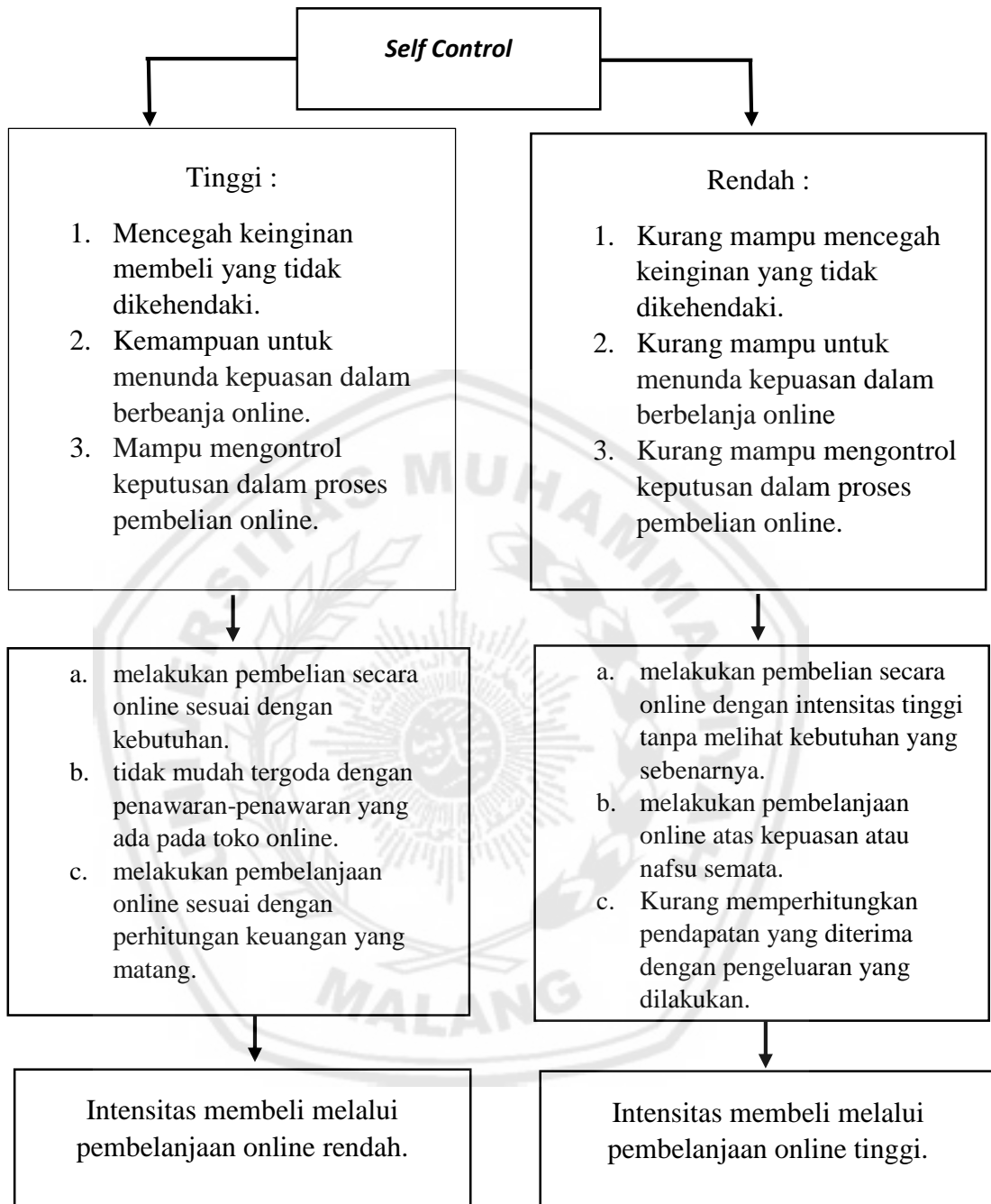
Tiap indikator *Standart*, *Monitoring* dan *The Capacity to Change* memiliki penilaiannya sendiri-sendiri terhadap perilaku seseorang, seperti yang dikatakan oleh Baumeister (2002). Menurut Baumeister (2002) mengatakan bahwa jika salah satu gagal, self control dapat gagal dalam pelaksanaannya *Standart* mengacu pada tujuan, ideal, norma dan panduan lainnya yang menspesifikasi respon. Konsumen yang memahami apa yang diinginkannya tidak akan terjangkit masalah pembelian yang berlebih. Secara umum konsumen jenis ini tidak akan mudah dipersuasi oleh sales person, iklan dan lain sebagainya (Noviandra, 2006). O'Guinn and Faber's (1989) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa intensitas membeli yang tinggi berasal lebih kesenangan dan kepuasan dari proses pembelian dari memiliki barang untuk diri sendiri. Sehingga dengan *self control* ini dapat membantu terhindar dalam melakukan pembelian secara konsumtif yang disebabkan oleh iklan, promo yang biasanya dapat menjadi faktor pembelian secara tidak terencana. Bagian kedua dari kontrol diri adalah *monitoring*. Proses kontrol adalah menjaga jalur agar tetap pada perilaku yang relevan. Pada saat individu menjaga

dengan hati-hati arah pola belanja mereka, maka pembelian yang tidak terencana jarang muncul. Ketika orang menjaga hati-hati akan uang dan pengeluaran mereka, pembelian impulsif cenderung menurun. Bagian ketiga dari kontrol diri adalah *capacity to change*. Seseorang mungkin menyadari apa yang diinginkan dan juga perilakunya, namun tidak mampu untuk membuat dirinya berperilaku seperti yang diperlukan.

Dengan ketiga dimensi tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya *self control* yang tinggi dapat mengurangi intensitas pembelian yang tinggi seorang karyawan sehingga lebih dapat mengontrol pengeluaran secara acak atau berlebihan yang dapat menimbulkan rasa penyesalan atau stress.



Berdasarkan fenomena yang terjadi pada karyawan maka secara singkat dapat dilihat kerangka pemikiran peneliti dalam bagan berikut :



### Hipotesis

Ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan intensitas membeli melalui pembelanjaan online pada karyawan yang sudah menikah. Sehingga semakin tinggi kontrol diri maka intensitas membeli melalui pembelanjaan online pada karyawan yang sudah menikah semakin rendah pula, sebaliknya jika kontrol diri rendah, maka intensitas membeli melalui pembelanjaan online pada karyawan yang sudah menikah semakin tinggi.



## METODE PENELITIAN

### Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif korelasional, penelitian kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap objek, sehingga dalam penelitiannya ada variabel independent dan dependent (Sugiyono, 2012).

### Subjek Penelitian

Sampel dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam teknik ini penentuan anggota sampel dari populasi sampel dilakukan dengan cara melakukan pertimbangan atau dengan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2012). Subjek dalam penelitian ini adalah sebanyak 105 karyawan yang sudah menikah. Adapun karakteristik subjek dalam penelitian ini antara lain: 1). seorang pegawai yang pernah melakukan pembelian produk secara online; 2). usia 20-45 tahun, pemilihan usia didasari oleh tahapan karir yang dikemukakan Manullang (2002); 3). telah menikah.

### Variabel dan Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas (variabel independen) adalah *self control* dan variabel terikat (variabel dependen) adalah intensitas membeli melalui pembelian online. Intensitas membeli melalui pembelian online adalah sering atau tidaknya seseorang (pegawai) melakukan kegiatan atau aktivitas membeli dengan kurun waktu tertentu. *Self control* merupakan suatu pengendalian tingkah laku atau sikap seseorang yang cenderung bertindak positif dalam berfikir.

Skala *self control* menggunakan skala yang disusun oleh Pratiwi, A. (2012). Skala ini terdiri dari 25 item berdasarkan pada aspek-aspek self control oleh Averill (1973) yaitu kontrol perilaku (*behavioral control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), dan mengontrol kepuasan (*decisional control*). Skala ini berbentuk skala likert yang terdiri dari 4 skor yakni Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS), dengan jumlah tingkatan reabilitas 0,870. Pada item *unfavorable* penilaian skala merupakan kebalikan dari aturan penilaian tersebut. Skala ini memiliki tingkat validitas internal antara ,329-,609.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala intensitas pengguna internet yang dikembangkan oleh Rachdianti, Y (2011). Kemudian, skala tersebut dimodifikasi oleh peneliti sesuai dengan variabel penelitian, yaitu intensitas membeli melalui pembelian online berdasarkan variasi dari intensitas yaitu frekuensi, durasi dan value berbelanja online. Skala intensitas membeli melalui pembelian online terdiri dari 5 item yang keseluruhannya adalah pernyataan favourable. Subjek diminta untuk memilih salah satu kategori dari 3 kategori jawaban yang mewakili dirinya. Pengkategorian terdiri dari jawaban A dengan skor 3, B dengan skor 2 dan C dengan skor 1.

**Tabel 1. Indeks Validitas Skala Penelitian**

No.	Skala	Validitas	Reliabilitas	Jumlah Item	Item Gugur	Item Valid
1.	<i>Self Control</i>	,329-,609	0,870	34 item	9 item	25 item
2.	Intensitas membeli melalui pembelian online	0,383-0,693	0,724	5 item	-	5 item

### Prosedur dan Analisa Data

Prosedur pelaksanaan penelitian ini terbagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan analisa data hasil penelitian. Pada tahap persiapan peneliti melakukan modifikasi dari skala intensitas pengguna internet sejumlah 5 item milik Rachdianti, Y (2011) Kemudian, skala tersebut diadopsi oleh peneliti sesuai dengan variabel penelitian, yaitu intensitas membeli melalui pembelian online, dan skala *self control* sejumlah 34 item milik Pratiwi, A. (2012). Selanjutnya peneliti menyebarkan skala untuk *tryout* atau uji coba skala kepada 113 orang karyawan yang telah menikah.

Langkah selanjutnya, setelah dicapai hasil *tryout* validitas dan reliabilitas skala adaptasi maka dilakukan pengambilan data penelitian. Pada tanggal 05 Februari 2018 dilakukan penelitian dengan penyebaran skala di perusahaan X di kota Gresik dengan jumlah 105 karyawan.

Setelah pengembalian data maka dilakukan analisa data penelitian dengan memasukan data penelitian pada *microsoft excel*. Dan kemudian data dipindahkan pada *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi dilakukan uji hipotesa penelitian untuk menguji apakah ada pengaruh antara kedua variabel dan untuk mengetahui jenis hubungan yang ada pada kedua variabel dan untuk mengetahui jenis hubungan yang ada pada kedua variabel. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesa pada penelitian ini adalah analisis korelasi *rank spearman*.

## HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan kepada 105 subjek. Tabel yang dipaparkan merupakan karakteristik subjek yang akan dijelaskan lebih rinci pada tabel deskripsi dibawah ini :

**Tabel 2. Karakteristik Subjek Penelitian**

Variable	Frekuensi	Presentase (%)
<b>Rentang Usia</b>		
20 – 35	79	75,23
36 – 45	26	24,76
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	46	43,80
Perempuan	59	56,19
<b>Penghasilan perbulan</b>		
<3,5 juta	-	-
>3,5 juta	105	100

Berdasarkan pada data tabel 2, maka dapat dijelaskan bahwa subjek penelitian berjumlah 105. Subjek penelitian didominasi oleh subjek berusia 20-35 tahun dengan presentase 75,23% dan didominasi subjek laki-laki sejumlah 59 orang dengan presentase 56,19% serta penghasilan tiap bulan diatas 3,5 juta.

**Tabel 3. Kategori *self control* dan intensitas membeli melalui pembelian online**

Variabel	Kategori				Jumlah (%)
	Tinggi		rendah		
	F	%	F	%	
<i>Self Control</i>	54	51,4	51	48,6	100
<b>Intensitas Membeli Melalui Pembelanjaan Online</b>	41	39,1	64	60,9	100

Berdasarkan hasil pada tabel 3, dapat diketahui dari total 105 subjek menunjukkan 54 subjek (51,4%) memiliki *self control* yang tinggi dan 51 subjek (48,6%) memiliki *self control* yang rendah, dan 41 subjek (39,1%) memiliki intensitas membeli melalui pembelian online yang tinggi serta 64 subjek (60,9%) memiliki intensitas membeli melalui pembelian online yang rendah.

### Uji Hipotesis Penelitian Menggunakan Uji *Rank Spearman*

**Tabel 4. Hasil Uji Korelasi Variabel *self control* dengan intensitas membeli online (N=105)**

Koefisien Korelasi	Indeks Analisis
Koefisien Korelasi ( $r$ )	-,317**
Koefisien Determinasi ( $r^2$ )	,130
P ( nilai signifikansi)	,001

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (sig.2 tailed)

Berdasarkan pada tabel 4, uji korelasi *rank spearman*, diperoleh nilai signifikansi sebesar ,001 < 0,05 yang berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel *self control* dan intensitas membeli melalui pembelian online pada karyawan yang sudah menikah. Didapatkan dari hasil indeks analisis nilai koefisien korelasi -,317, angka tersebut dikatakan bahwa *self control* berhubungan negatif terhadap intensitas membeli melalui pembelian online pada karyawan yang sudah menikah. Maka dengan demikian semakin tinggi *self control* seorang karyawan maka semakin rendah intensitas membeli melalui pembelian online ataupun sebaliknya. Sedang pada hasil *R square* dari perhitungan SPSS 21 sebesar ,130. Angka tersebut menunjukkan seberapa besar kontribusi *self control* terhadap intensitas membeli melalui pembelian online yaitu sebesar 13%.

### DISKUSI

Berdasarkan hasil uji analisa, menunjukkan adanya hubungan negatif antara *self control* dengan intensitas membeli melalui pembelian online pada karyawan yang sudah menikah, yaitu semakin tinggi *self control* karyawan maka semakin rendah intensitas membeli melalui pembelian online. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah *self control* pada karyawan, maka semakin tinggi pula intensitas membeli online pada karyawan yang sudah menikah. Hasil tersebut sesuai dengan uji hipotesa awal yang menunjukkan bahwa semakin tinggi *self control* maka intensitas membeli melalui pembelian online pada karyawan rendah begitu pula sebaliknya.

Bagi karyawan, kebutuhan akan pengakuan dan penerimaan dari sesama rekan kerja atau atasan sangat penting. Sehingga, mereka kerap berlomba-lomba dalam memenuhi tren fesyen yang ada. Menjadi seorang yang *stylist* adalah salah satu penunjang kenyamanan bekerja. Hurlock (1996) juga berpendapat wanita menyadari penampilan fisik yang menarik sangat membantu statusnya dalam bidang bisnis maupun perkawinan. Sehingga, tidak heran jika para karyawan menjadikan gaya sebagai sesuatu hal yang penting bagi penunjang karir mereka. Berbeda halnya pada karyawan yang sudah menikah, pada penelitian ini karyawan tidak hanya menghabiskan penghasilannya untuk kebutuhan penunjang karir semata, tetapi juga untuk kebutuhan keluarga dan rumah tangga. Riset yang dilakukan oleh Couponsherpa.com (dalam Lestari, 2015) menemukan sebanyak 63% pembeli online didominasi oleh karyawan perempuan yang sudah berkeluarga. Couponsherpa.com pun melakukan wawancara singkat pada salah satu informan yang berstatus sebagai ibu dan pegawai negeri sipil (PNS) yang



menyatakan bahwa belanja melalui online dinilai lebih mudah dan praktis, sehingga keberadaan toko online sangat membantu untuk memenuhi kebutuhannya. Informan mengatakan bahwa dirinya selain membeli kebutuhan pribadi, juga membeli kebutuhan anak, suami dan peralatan rumah.

Dalam hal ini memiliki *self control* yang tinggi sangatlah penting, terlebih pada karyawan yang sudah menikah. Dengan *self control* yang baik pada diri seorang karyawan dapat membuat seseorang memiliki perencanaan keuangan dan mengendalikan keinginan-keinginan yang timbul dalam dirinya sehingga perekonomian seorang karyawan menjadi lebih tersusun. Calhoun dan Acocella (1990), menjelaskan bahwa ada dua hal yang mengharuskan seseorang untuk mengontrol diri secara terus-menerus, yaitu, seseorang hidup dalam kelompok sehingga dalam memuaskan keinginannya seseorang tersebut haruslah mengontrol perilaku agar tidak mengganggu kenyamanan orang lain, dan masyarakat mendorong seseorang untuk konstan menata standar yang lebih baik untuk dirinya, sehingga untuk memenuhi semua kebutuhannya seseorang membutuhkan pengontrolan diri yang baik agar proses pencapaian kebutuhannya tersebut sesuai dengan perencanaan.

Dengan kata lain bahwa keinginan karyawan dalam memenuhi kebutuhan dalam menunjang karirnya didasari oleh emosi untuk dapat membeli suatu barang guna mencapai suatu penerimaan di dalam suatu kelas sosial di lingkungan kerjanya. Padatnya aktivitas pekerjaan membuat toko online menjadi salah satu tempat yang efisien dalam berbelanja. Dengan kemudahan dan keefektifan waktu berbelanja yang diterima seorang karyawan yang sudah menikah kerap kali dapat membuat dirinya lupa akan kebutuhan lain diluar kebutuhannya untuk menunjang karir. Hasil survey yang di lakukan oleh Visa e Commerce, monitor badan milik Visa, menemukan empat pernyataan mengapa seseorang lebih memilih berbelanja secara online. Pertama, sekitar 80% mengatakan waktu untuk melakukan berbelanja online lebih fleksibel. Kedua, sebanyak 79% mengatakan mereka mudah membandingkan harga sehingga bisa lebih hemat. Ketiga 78% lainnya untuk membanding-bandingkan produk. Dan terakhir 75% untuk mencari barang murah (Arwiedia, 2011). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Madjuk, I., dkk. (2013) menunjukan bahwa 55% dari 97 pegawai negeri sipil melakukan pembelanjaan online karena untuk memenuhi keinginan, 48% untuk menunjukan harga diri dan 43% hanya untuk menunjukan fungsi simbolik yang dimiliki produk.

Hadirnya toko online menjadi salah satu penyebab seorang karyawan memiliki intensitas belanja yang tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni, efisiensi dalam melakukan pencarian, harga yang bersaing, dan interaksi yang meliputi informasi yang diterima terhadap produk yang diinginkan. Faktor tersebut sesuai dengan yang di ungkapkan oleh Kotler & Armstrong (2008) keuntungan berbelanja bagi konsumen *online* antara lain memberikan kenyamanan. Konsumen tidak perlu bergelut dengan lalu lintas, atau mencari tempat parkir dan berbelanja dari toko ke toko lainnya. Konsumen dapat membandingkan merek, membandingkan harga, dan memesan barang dagangan 24 jam sehari dari mana saja. Selain faktor dalam kemudahan berbelanja online juga dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis yang mana dari aspek-aspek tersebut merupakan bagian dari *self control* yang menjadi salah satu cara untuk

mengurangi intensitas membeli melalui pembelian online yang tinggi. Penelitian Kotler diperkuat oleh Rowley (dalam Kusuma & Septarini, 2013) menyatakan bahwa pembelian secara online menjadi alternatif karena alasan kenyamanan. Akses 24 jam serta dapat dilakukan dimana saja merupakan kelebihan pembelian secara online dibandingkan secara tradisional (Kompas Online, 2011).

Bagi seorang karyawan kebutuhan yang memungkinkan menunjang dirinya dalam berkarier sangatlah penting untuk dipenuhi. Akan tetapi, akan muncul pertimbangan lain atau pengendalian diri lain ketika seorang karyawan sudah menikah. Pertimbangan atau pengendalian inilah yang disebut dengan *self control*. Menurut Fujita pada penelitiannya (2011) mendefinisikan *self control* sebagai sebuah sistem dalam diri yang menghambat perilaku untuk sekedar memuaskan diri atau impuls yang datang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Heni (2013) bahwa, ketika *self control* yang dimiliki seorang pegawai yang sudah menikah rendah akan berdampak pada intensitas membeli yang tinggi pada toko online begitu pula sebaliknya.

*Self control* pada seorang karyawan memiliki nilai positif pada kehidupan terutama yang sudah menikah. Dengan adanya *self control*, seorang karyawan tentu mampu mengendalikan dirinya terhadap hasrat yang sering kali muncul untuk melakukan pembelian. Averill (1973) menjelaskan bahwa terdapat tiga aspek penting yang harus dipenuhi seseorang untuk mengontrol dirinya, yaitu kontrol perilaku (*behavioral control*), Kontrol kognitif (*cognitive control*), dan mengontrol keputusan (*decisional control*). Pada kontrol perilaku, ketika pengaruh dari keinginan membeli suatu barang secara tiba-tiba tidak terkendali, maka seseorang akan siap untuk merespon hal tersebut dengan cara mencegah atau menjauhi stimulus yang sedang berlangsung. Sedangkan pada kontrol kognitif, ketika seseorang mendapatkan informasi misalnya berupa diskon atau sebagainya, seseorang akan mampu mengolah informasi tersebut dengan cara menginterpretasi dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau untuk mengurangi tekanan. Sedangkan pada kontrol keputusan, seorang karyawan akan mampu untuk memilih suatu tindakan berdasarkan yang ia inginkan, seperti ia mampu untuk menekan keinginan ketika keinginan membelinya sedang tinggi.

Pada dasarnya konsep *self control* atau kontrol diri dapat menjadikan salah satu strategi bagi seorang karyawan yang sudah menikah untuk meminimalisir pengeluaran yang dibutuhkan untuk menunjang penampilan dalam berkarir juga kebutuhan rumah tangga, bagaimana seorang karyawan pada akhirnya mampu untuk menekan emosi atau keinginan untuk membelanjakan gaji yang di dapat untuk kebutuhan pribadinya dan mampu untuk mengalokasikan gaji yang di terima setiap bulan untuk kebutuhan keluarga serta kebutuhan penunjang karir. Munandar (2006) mengatakan bahwa *self control* adalah kemampuan individu untuk mengendalikan tingkah laku yang termasuk dalam salah satu kepribadian yang mempengaruhi individu ketika membeli atau menggunakan barang dan jasa, sehingga ketika seorang karyawan memiliki *self control* yang rendah itu artinya karyawan tersebut tidak mampu untuk mengelola informasi yang didapatkan, tidak mampu untuk mengontrol emosi, dan tidak mampu untuk mengontrol perilaku sehingga karyawan akan berperilaku emosional dan cenderung melakukan pembelian dengan intensitas

Hasil diskusi tersebut sesuai dengan Hasil analisis kategori dari variabel *self control* dengan jumlah subjek sebanyak 54 subjek yang memiliki *self control* tinggi, dan hasil kategori pada variabel intensitas membeli melalui pembelian online sebanyak 64 subjek yang memiliki intensitas membeli melalui pembelian online rendah. Hasil ini sesuai dengan penelitian milik Suyasa (2004) yang menyatakan bahwa *self control* adalah kemampuan individu untuk menahan keinginan yang berbeda dengan perilaku yang tidak sesuai dengan norma sosial yang ada. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian milik Mariyanti & Anggraeni (2014) bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul.

### SIMPULAN DAN IMPIKASI

Berdasarkan hasil penelitian dengan uji korelasi *rank spearman*, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara *self control* dengan intensitas membeli melalui pembelian online pada karyawan yang sudah menikah. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi *self control*, maka semakin rendah intensitas membeli melalui pembelian online pada karyawan yang sudah menikah, begitu pula sebaliknya. Semakin rendah *self control*, maka semakin tinggi pula intensitas membeli melalui pembelian online pada karyawan yang sudah menikah.

Bagi pegawai yang sudah menikah, diharapkan dapat lebih meningkatkan kontrol diri serta memahami kebutuhan yang diperlukan baik kebutuhan pribadi maupun kebutuhan keluarga atau rumah tangga, sehingga, karyawan yang sebelumnya memiliki intensitas membeli pada toko online yang tinggi mampu untuk meningkatkan kembali kontrol dirinya dalam mengonsumsi barang sehingga pada akhirnya tidak terjerumus pada perilaku yang menjadikannya konsumtif yang tidak wajar.

Bagi peneliti selanjutnya, dalam penelitian ini terdapat banyak keterbatasan, sehingga diharapkan jika menggunakan tema penelitian yang sama untuk bisa lebih banyak lagi subjek yang diteliti sehingga cakupannya akan lebih luas. Untuk penelitian ini peneliti hanya merujuk pada pembelian barang *fashion* saja, sehingga harapan pada peneliti selanjutnya dapat lebih mengeksplorasi lebih banyak cakupan jenis barang atau perilaku konsumen tertentu, misalnya perilaku membeli ulang pada toko online atau membeli kebutuhan rumah tangga. Untuk peneliti selanjutnya agar lebih memperluas variabel penelitian, seperti tentang perencanaan keuangan, resiko psikologi seperti pembelian impulsif yang terus-menerus, perilaku konsumtif, resiko penipuan dan lain sebagainya.

## Daftar Pustaka

- Agung, J. Poerwadarminta, W, J, S. (1990). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Balai Pustaka. Jakarta.
- Arwiedia, Mochammad Ridzki, “Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media promosi, Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk terhadap Pembelian via Internet pada toko Online”.*Jurnal*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang, 2011.
- Astriani, F. (2013). Hubungan Self Control, Perencanaan Keuangan, Dan Perilaku Konsumtif (Studi Pada Ibu Rumah Tangga RW 09 Kelurahan Salatiga). *Skripsi*. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- Averill, J. R. (1973). Personal Over Aversive Stimuli And It's Relationship To Stress. *Departement of Psychology*. University Of Massachusetts, Amherst, MA.
- Baumeister, Roy. (2002). Yielding to Temptation: Self-ontrol Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research, Inc*. Vol. 28.
- Budaya Belanja Online Mulai Tumbuh (2010). Onlinestoreku. Diakses Tanggal 18 November 2017, dari <http://www.onlinestoreku.Com/Berita-Toko-Online/Online-Strore/Item/116-Budaya-Belanja-Online-Mulai-Tumbuh.Html>.
- Calhoun, J.F., Acocella, J.R. (1990). Psychology of Adjustment and Human Relationship. New York : McGraw Hill, Inc.
- Dani, S. Y. (2015). KreditGoGo : Kenapa Orang Indonesia Suka Belanja Online?. Diakses Tanggal 3 April 2018, dari <https://kreditgogo.com/artikel/Informasi-Umum/Kenapa-Orang-Indonesia-Suka-Belanja-Online.html>.
- Devaraj, Fan, and Kohli. (2003). E-Loyaltyelusive ideal or competitive edge? Communication of the ACM 46, 9, 184-191.
- Engel, J, F., Blackwell, R, D. (1995). Perilaku Konsumen Jilid 1. Alih bahasa Budiyo. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Featherstone, M. (2008). Posmodernisme Dan Budaya Konsumen. Terjemahan Misbah Zulfa Elisabeth. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fitriana & Koentjoro. (2009). Keranjingan Berbelanja Pada Wanita Bekerja Fenomena. Vol 7 No. 1, 48-57. *Jurnal Psikologi*: Universitas Gadjah Mada.
- Fujita, K. (2011). On conceptualizing self-control as more than the effortful inhibition of impulses. *Personality and Social Psychology Review : An Official Journal of the Society for Personality and Social Psychology, Inc*, 15(4), 352–66.

- Ghufron, M. N. & Rini R. S. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta : Ar- Ruzz Media.
- Gilarso, T. (1996). *Membangun Keluarga Kristiani dalam Pembinaan Persiapan Berkeluarga*. Jogjakarta: Kanisius.
- Hlophe V Mahlalela & Another (1998) (1) SA 449 (TPD) At 457E-F.
- Hoch, S, J., Loewenstein, G, F. (2012). Time-Inconsistent Preferences And Consumer Self-Control. *Journal Of Consumer Research. Inc.* Vol.17.
- Horrigan, J.B. 2002. New Internet Users: What They Do Online, What They Don't, and Implications for the Net's Future. Pew Internet and American Life Project pg. 1-27
- Hudaniah., Dayakisni, T. (2003). *Psikologi Sosial*. UMM Press. Malang
- Hurlock, E. (1996). *Psikologi perkembangan*. Alih bahasa: dr. Med. Metasari T. & Dra. Muslichah Z. Jakarta: Erlangga
- Ika, A. (2011). Personality Traits Sebagai Penentu Perencanaan Keuangan Keluarga. *Jurnal Pengembangan Humaniora*, Vol.11, No.2, Pp 118-119.
- Indrawati, E, S., Budhi, F, H. (2016). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Intensitas Bermain Game Online pada Mahasiswa Pemain Game Online di Game Center X Semarang. *Jurnal Empati*. Vol. 5, No.3. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Indrietta, Nieke (2013), "Apa Beda Sosialita Indonesia Dan Sosialita Dunia" . Diakses Pada 18 November 2017. Dari <http://www.Tempo.Co/Read/News/2013/04/26/108476154/Apa-Beda-Sosialita-Indonesia-Dan-Sosialita-Dunia>.
- Lestari, S. (2015). Shopping Online Sebagai Gaya Hidup. *Jurnal Ilmu Sosial*. Vol. 14, No. 2. Hal. 24-41.
- Loekamto, A. (2012). Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Online Shopping. Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen.
- Madjuk, I. (2013). Analisis Perilaku Konsumtif Pegawai Negeri Sipil Perempuan Pada Gabungan Dinas Kabupaten Luwu Utara. Vol. 3. No. 2. *Jurnal Equilibrium*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Palopo.
- Manullang, M. (2002). *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Mehroof, M., Griffiths, M, D. (2010). Online Game Addiction: The Role of Sensation Seeking, Self-Control, Neuroticism, Aggression, State Anxiety, and Trait Anxiety. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. Vol.13, No.3. Notttingham Trent University. United Kingdom.

- Noviandra, M.W. (2006). Analisis Pengaruh Model Iklan Terhadap Perilaku Pembelian Remaja. *Jurnal Kinerja*. Vol. 10 No.1. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Otto, Philip. (2004). *How to Save More: Individual Financial Structures as Tools for Self-Control*. Institute for Applied Cognitive Sciences, Department of Psychology, University of Warwick.
- O'Guinn & Faber. (1989). Classifying Compulsive Consumers: Advances in the Development of a Diagnostic Tool. in NA - Advances in Consumer Research Volume 16, eds. Thomas K. Srull, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 738-744.
- Putri, A, W. (2018). Terapi Belanja Dikalangan Ibu Muda. Diakses pada 21 April 2018. Dari <https://tirto.id/terapi-belanja-di-kalangan-ibu-muda-cE3w>.
- Kartono, DR. Kartini (2000). *Kamus Psychology*. Bandung : CV. Pionir Jaya.
- Kartasapoetra, G, Dan A. G. Kartasapoetra. A. Setiadi. (1985). *Manajemen Penanaman Modal Asing*. Penerbit Bina Aksara, Bandung.
- Katawetawaraks, C. & Cheng, L. W. (2011). Online shopper behavior: Influences of online shopping decision. *Asian Journal of Business Research*, 1 (2), 66–74.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. Elevent Edition. USA :Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Kusumadewi, S., Hardjajani, T., Priyatma,A.N. (2012). Hubungan Antara Dukungan Sosial Peer Group Dan Kontrol Diri Dengan Kepatuhan Terhadap Peraturan Pada Remaja Putri Di Pondok Pesantren Modern Islam Assalaam Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Psikologi Candradiwa*. Vol.1, No.2.
- Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2004). *Human Development* (9th ed.). USA: McGraw Hill.
- Purnomo, H. 2013. Seperempat Masyarakat RI Pengeluarannya Lebih Besar dari Pendapatan. Diakses pada 17 Maret 2018. Dari <http://news.detik.com/transisipresiden/read/2013/12/08/>.
- Risnawati, R., Ghufro, N. (2011) *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta:Ar-nuzz Media.
- Sarafino, E.P . (1994). *Health Psychology: Biopsychosocial Interaction* (4th ed.). New York: John Wiley and Sons.
- Sarwono, J. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.



- Setiadi, N. (2010). Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen. Kencana Prenada Media, Jakarta.
- Suyasa. (2004). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif. *Jurnal Pronosiy*. Semarang
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa (2007). Kamus besar bahasa Indonesia. Edisi ketiga, cetakan keempat. Jakarta : Balai Pustaka.
- Wathani, F. (2009). Perbedaan Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Pakaian Ditinjau Dari Peran Gender. *Skripsi*. USU Repository. Diakses 18 November 2017.
- Yuwono,S., Risma, A, S. (2012). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan perilaku alkoholisme pada remaja penggemar musik metal. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.



# **Lampiran 1**

## **Surat Ijin Penelitian**



---

**SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN**

Nomor : 10 /SIPL / 02 / 2018

Yang bertanda tangan dibawah ini, Senior HR Analys Saka Indonesia Pangkah Limited ( SIPL ), Gresik menerangkan bahwa :

Nama : **Hanny Sandra Prahasty**  
NIM : **201310230311344**  
Alamat : Perumahan Bukit Cemara Tujuh Blok G no.24 Malang.  
Fakultas : Psikologi – Universitas Muhammadiyah Malang.  
Judul Skripsi : **Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Intensitas Pembelian Secara Online Pada Karyawan yang Sudah Menikah.**

Yang bersangkutan tersebut di atas bermaksud melaksanakan Penelitian di perusahaan Saka Indonesia Pangkah Limited yang ber lokasi di Jl.Beta Maspion , Kawasan Industri Maspion, Raya Manyar KM.125 Kecamatan Manyar – Gresik, Jawa Timur mulai tanggal 05 s/d 08 Pebruari 2018.

Demikian Surat Keterangan ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gresik, 02 Februari 2018

A.n Senior HR Analis,



Dinda Misri  
HR & GA Analys

## **SURAT KETERANGAN**

Nomor : 15 /SIPL / 02 / 2018

Yang bertanda tangan dibawah ini, Senior HR Analys Saka Indonesia Pangkah Limited ( SIPL ), Gresik menerangkan bahwa :

Nama : **Hanny Sandra Prahasty**  
NIM : **201310230311344**  
Alamat : Perumahan Bukit Cemara Tujuh Blok G no.24 Malang.  
Fakultas : Psikologi – Universitas Muhammadiyah Malang.  
Judul Skripsi : **Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Intensitas Pembelian Secara Online Pada Karyawan yang Sudah Menikah.**

Bahwa mahasiswa tersebut di atas sudah melaksanakan Penelitian di perusahaan Saka Indonesia Pangkah Limited yang berlokasi di Jl.Beta Maspion , Kawasan Industri Maspion, Raya Manyar KM.125 Kecamatan Manyar – Gresik, Jawa Timur dari tanggal 05 sampai dengan 08 Pebruari 2018.

Demikian Surat Keterangan ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gresik, 08 Pebruari 2018

A.n Senior HR Analis,



Dinda Misri  
HR & GA Analys

## **LAMPIRAN 2**

### ***Skala Try Out***





*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Saya Hanny Sandra Prahasty, mahasiswa semester akhir Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang, saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi). Dalam penelitian ini, saya harus memenuhi kewajiban untuk melakukan pengambilan data primer (langsung dari responden) yang dipergunakan untuk melakukan pengujian hipotesis.

Dalam memenuhi kewajiban tersebut, saya memohon kesediaan bapak/ibu/saudara untuk menjadi responden dalam penelitian ini, sebagai peneliti, saya terikat dalam kode etik Psikologi yang menyatakan bahwa **saya berkewajiban menjaga kerahasiaan data responden dan hanya berhak menggunakan data hanya untuk kepentingan penelitian.**

Sebagai informasi skala ini bukanlah tes, sehingga tidak ada jawaban benar atau salah, baik atau buruk. Kemudian **data yang telah diberikan tidak ada kaitanya dengan kredibilitas dan penilaian kinerja bapak/ibu/saudara dalam institusi.**

Saya mengucapkan terimakasih banyak atas kerjasama dan dukungannya. Semoga dengan keikutsertaan anda sebagai responden, dapat memberikan sumbangsih kemajuan dalam bidang penelitian Psikologi.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Hormat Saya,

Hanny Sandra P.



**A. IDENTITAS**

Nama Lengkap :  
 Usia :  
 Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

**Skala 1****Petunjuk Pengisian**

1. Isilah identitas Saudara/I dengan benar
2. Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Saudara, dengan memberikan tanda **Centang** (✓) pada salah satu jawaban yang tersedia dengan ketentuan:

**SS** : Bila Anda **Sangat Setuju** dengan pernyataan

**S** : Bila Anda **Setuju** dengan pernyataan

**TS** : Bila Anda **Tidak Setuju** dengan pernyataan

**STS** : Bila Anda **Sangat Tidak Setuju** dengan Pernyataan

3. Apabila Saudara ingin mengganti jawaban, beri tanda (=) pada jawaban yang telah Saudara buat sebelumnya. Kemudian berilah tanda centang (✓) pada jawaban baru.

Contoh :

STS	TS	S	SS
✓			
≠	✓		

Jawaban yang ingin di ganti

Jawabah yang sudah di ganti

4. Jawablah semua pernyataan tanpa ada yang terlewat.

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya cenderung berhati-hati dalam melakukan sesuatu				
2.	Saya tidak harus mendapatkan sesuatu yang saya inginkan.				
3.	Saya memutuskan sesuatu berdasarkan keyakinan				
4.	Saya adalah orang yang selalu spontan dalam bertindak				
5.	Saya harus mendapatkan semua yang saya inginkan.				
6.	Saya akan menjaga tutur kata saya saat berbicara.				
7.	Saya mampu memilah antara kebutuhan dan keinginan.				
8.	Saya teguh pendirian walaupun banyak yang menentang.				
9.	Saya berbicara sesuai dengan apa yang saya inginkan.				
10.	Keinginan saya harus terpenuhi meskipun harus mengabaikan kebutuhan.				
11.	Saya akan mengurungkan keputusan ketika orang-				

	orang tidak menyukainya.				
12.	Saya akan memahami permasalahan sebelum bertindak.				
13.	Saya akan memaklumi keadaan jika yang saya inginkan tidak terwujud.				
14.	Saya teguh dalam berpendirian.				
15.	Jarang memikirkan akibatnya dari tindakan yang saya lakukan.				
16.	Saya akan melakukan cara apapun untuk mendapatkan apa yang saya mau.				
17.	Saya cenderung ragu menentukan pilihan.				
18.	Saya berusaha untuk menghindari perberbuatan yang dapat merugikan orang lain.				
19.	Rela menabung untuk membeli apa yang saya inginkan.				
20.	Saya akan mempertimbangkan baik-buruknya sebelum memutuskan, ketika saya dihadapkan pada masalah.				
21.	Saya melakukan segala hal yang saya mau, meskipun itu merugikan orang lain.				
22.	Apa yang saya inginkan harus segera tersedia.				
23.	Saya jarang mendapat kesempatan untuk memutuskan suatu hal.				
24.	Saya jarang merasa sedih.				
25.	Saya menyadari bahwa tidak semua hal yang saya inginkan harus terwujud.				
26.	Menurut saya, berpikir sebelum bertindak itu sangat penting.				
27.	Saya mudah sedih ketika mendapat musibah.				
28.	Saya selalu mendapatkan apapun yang saya inginkan.				
29.	Saya termasuk orang yang sulit dalam memutuskan sesuatu.				
30.	Saya dapat menahan keinginan demi mendapatkan yang lebih baik.				
31.	Saya termasuk orang yang tenang dalam mengambil keputusan.				
32.	Saya mudah marah ketika sesuatu berjalan tidak seperti yang saya harapkan.				
33.	Saya sulit menahan keinginan untuk memiliki sesuatu.				
34.	Saya mudah terpengaruh oleh orang lain.				

## Skala 2

### Petunjuk Pengisian

- Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Saudara, dengan memberikan tanda **Centang** (✓) pada salah satu jawaban yang tersedia.
- Apabila Saudara ingin mengganti jawaban, beri tanda (=) pada jawaban yang telah Saudara buat sebelumnya. Kemudian berilah tanda centang (✓) pada jawaban baru.

Contoh :

A	B	C
✓		
≠	✓	

Jawaban yang ingin di ganti

Jawaban yang sudah diganti

1. Dalam 1 minggu, saya melakukan penelusuran di toko online sebanyak

a. > 10 kali	
b. 3-10 kali	
c. < 3kali	

2. Dalam 1 minggu, waktu yang saya gunakan untuk melakukan penelusuran di toko online

a. > 10jam	
b. 2,5 jam – 10 jam	
c. < 2,5 jam	

3. Dalam 1 minggu, saya melakukan pembelian secara online sebanyak

a. > 10 kali	
b. 3-10 kali	
c. < 3kali	

4. Dalam 1 minggu, waktu yang saya gunakan untuk melakukan pembelian secara online

a. > 10jam	
b. 2,5 jam – 10 jam	
c. < 2,5 jam	

5. Dalam 1 minggu, biaya yang saya keluarkan untuk melakukan pembelian secara online sebanyak

a. > 1 juta	
b. 500.000 – 1 juta	
c. < 500.000	

**Periksalah kembali jawaban anda dan pastikan tidak ada nomor yang terlewat**

**❧Terima kasih atas partisipasinya, semoga dapat bermanfaat ❧**

## **Lampiran 3**

### **Rekapitulasi Hasil *Try Out***



subjek	nama inisial	usia	JK	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26
1	sd	35	p	4	3	3	2	2	4	3	3	1	2	2	3	3	4	3	2	3	4	3	4	2	2	3	3	3	4
2	IC	23	P	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	4
3	U	26	P	4	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3
4	DA	22	P	4	4	3	3	2	3	4	3	1	2	2	3	3	3	2	2	2	4	4	3	4	3	3	2	3	4
5	R	22	P	4	3	3	1	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	2	4	4
6	IGLIMA	22	P	4	4	4	3	3	4	3	3	2	4	2	3	3	3	3	4	2	4	3	4	4	4	2	3	4	4
7	FAKHRI	30	L	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4
8	NRM	42	L	4	3	4	2	3	4	3	3	2	3	2	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4
9	Asep ridwan	45	L	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
10	Deni supriadi	39	L	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	2	3	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	3	4
11	JAC	26	L	4	1	4	1	1	2	3	2	3	2	3	2	3	4	1	1	3	3	2	3	4	4	1	3	2	3
12	HJ	25	P	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	4	4	3	2	2	2	2	3	3
13	AS	32	L	4	2	4	2	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4
14	ARM	38	L	4	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
15	DINDA	22	P	2	3	1	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	1	1	3	2	3	3	2	2
16	AU	42	L	4	3	4	2	2	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4
17	ABAY	30	L	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3
18	RY	39	P	2	4	3	2	4	2	4	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
19	JT	30	P	4	2	4	3	2	4	4	3	2	3	3	3	2	3	4	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4
20	A	22	P	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4
21	RAMDAN	37	L	4	3	4	2	2	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	3	4
22	DEDEN SETIAWAN	45	L	4	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4
23	RANDY	29	L	4	4	4	1	4	4	3	3	1	4	1	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	1	4	4
24	MY	25	L	4	3	4	2	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4
25	AB	23	L	4	4	4	2	1	4	4	4	1	1	4	3	2	4	1	1	3	4	4	4	2	1	3	1	3	3
26	RIO	28	L	4	4	4	2	3	4	4	4	1	3	2	4	4	3	1	4	3	4	3	4	4	4	3	2	4	4
27	WANDY	35	L	3	3	2	3	2	4	3	2	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
28	DH	45	L	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
29	ICS	45	P	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
30	SUDARWATI	22	P	4	4	3	2	3	4	4	3	1	3	1	3	4	3	2	1	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4
31	CSA	40	P	4	4	4	2	2	4	4	3	2	1	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4
32	DPA	28	L	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	2	4	4	4	2	2	3	1	2	4
33	WINARDI	45	L	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3
34	A	24	L	4	3	3	3	2	3	3	4	1	3	2	4	3	4	1	1	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4
35	DS	30	L	4	3	3	4	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	2	2	4	4	4	4	3	3	2	4	3
36	AS	34	L	4	2	3	3	2	4	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	4	4	3	2	3	3	2	3	4
37	SITI RAHMA	45	P	3	2	4	3	2	4	4	3	2	3	2	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4
38	IHSAN	43	L	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4
39	ABU	27	L	3	3	4	2	2	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	1	3	4	3	3	3	3	3	4
40	ANDREAN	24	L	4	4	3	4	3	4	4	2	3	4	2	4	3	3	4	4	2	4	3	4	4	1	3	2	3	4
41	U	23	L	4	2	1	3	2	4	4	4	2	3	3	4	4	4	2	3	2	4	3	4	4	3	3	2	3	4

42	DEA	24	P	3	1	4	1	2	2	1	2	3	1	3	3	2	1	4	3	2	4	1	3	4	3	3	1	2	4	
43	MIA	25	P	3	2	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	4	4	4	4	4	3	1	3	4	
44	OT	23	P	4	3	4	2	2	3	4	3	1	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	4	4	
45	DC	25	P	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	1	4	4	4	2	3	2	3	4	4	3	3	2	2	4	4	
46	aes	24	p	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	3	4	4	2	4	2	4	4	4	3	1	4	4	
47	ANK	25	L	4	2	3	2	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	4	4	3	4	3	3	2	3	4	
48	D	23	P	3	3	3	3	3	4	4	4	1	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	
49	GN	23	L	3	4	4	2	2	4	3	3	2	3	3	3	4	4	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
50	SURYA	27	L	4	1	4	2	2	4	2	3	1	3	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	
51	ARIS	24	L	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	
52	HILMAN	35	L	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	
53	ICHA	25	P	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
54	F	21	P	4	4	3	2	2	4	4	3	2	3	2	3	4	3	1	2	1	3	4	4	4	3	3	1	4	4	
55	RWW	26	L	2	3	4	2	4	2	4	2	1	3	3	3	3	2	2	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	
56	D	27	P	3	3	4	2	2	3	4	3	1	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	
57	S	26	P	4	3	4	4	3	4	4	4	1	4	2	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	
58	ARFI	27	L	4	2	4	3	2	3	3	4	1	2	3	3	3	4	2	3	2	4	4	4	2	1	2	3	4	4	
59	RIKA	24	P	3	2	4	3	3	4	3	4	2	3	2	3	3	4	3	3	2	4	3	4	4	3	2	4	4	4	
60	YT	26	P	4	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4	1	1	2	2	3	2	
61	HAN	36	P	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	
62	HERMANTO	31	L	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	
63	DF	39	P	4	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4
64	ABDUL	28	L	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	1	2	3	4	3	3	2	4	4	
65	HQ	45	L	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	2	3	4	4	4	4	3	3	4	
66	PW	45	P	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3
67	TS	25	P	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	1	1	4
68	SM	24	L	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4
69	IKBAL	29	L	3	3	4	2	3	4	4	3	1	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	2	4	3	
70	EDI	30	L	4	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	
71	JUNAEDI																													
	PERMANA	42	L	3	3	2	2	1	3	3	3	2	3	2	3	4	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	
72	HAMIDAH																													
	NURAENI	42	P	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	4	2	4	3	4	4	4	3	2	3	4	
73	EKO AGUS	40	L	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	
	WAWAN																													
74	MULYADI	47	L	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
75	GP	26	L	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	
76	Yusuf	42	L	4	2	4	2	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	2	4	
77	Anita																													
	Tulusiana																													
77	Dewi	46	P	4	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	
78	suyadi	40	L	4	3	4	3	3	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	
79	Ff	30	P	3	2	4	1	1	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	1	4	3	3	
80	Sandra	28	P	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	
81	WP	41	P	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	1	4	4	4	4	3	3	4	4	



[illegible]

No	nama	usia	JK	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Jumlah
1	sd	35	p	2	1	1	1	1	6
2	IC	23	P	2	1	1	1	1	6
3	U	26	P	3	1	1	1	1	7
4	DA	22	P	1	1	1	1	1	5
5	R	22	P	2	1	1	2	1	7
6	IGLIMA	22	P	2	1	1	1	1	6
7	FAKHRI	30	L	2	1	1	2	1	7
8	NRM	42	L	1	1	1	1	1	5
9	Asep ridwan	45	L	1	1	1	1	1	5
10	Deni supriadi	39	L	1	1	1	1	1	5
11	JAC	26	L	2	2	1	1	2	8
12	HJ	25	P	2	2	2	2	2	10
13	AS	32	L	2	2	1	2	2	9
14	ARM	38	L	1	1	1	1	1	5
15	DINDA	22	P	2	2	2	2	2	10
16	AU	42	L	3	1	1	1	1	7
17	ABAY	30	L	1	1	1	1	1	5
18	RY	39	P	2	1	1	1	1	6
19	JT	30	P	1	1	1	1	1	5
20	A	22	P	1	1	1	1	1	5
21	RAMDAN	37	L	2	1	1	1	1	6
22	DEDEN SETIAWAN	45	L	1	2	1	2	1	7
23	RANDY	29	L	1	1	1	1	1	5
24	MY	25	L	1	1	1	1	1	5
25	AB	23	L	1	1	1	1	1	5
26	RIO	28	L	1	3	1	3	1	9
27	WANDY	35	L	1	1	1	1	1	5
28	DH	45	L	3	2	1	1	1	8
29	ICS	45	P	1	1	1	1	1	5
30	SUDARWATI	22	P	1	1	1	1	1	5
31	CSA	40	P	1	1	1	1	1	5
32	DPA	28	L	2	2	1	1	1	7
33	WINARDI	45	L	1	1	1	1	2	6
34	A	24	L	3	1	1	1	2	8
35	DS	30	L	1	1	1	1	1	5
36	AS	34	L	1	1	1	1	1	5
37	SITI RAHMA	45	P	1	1	1	2	1	6
38	IHSAN	43	L	1	1	1	1	1	5
39	ABU	27	L	1	1	1	1	1	5
40	ANDREAN	24	L	1	1	1	1	1	5
41	U	23	L	1	1	1	1	3	7
42	DEA	24	P	2	2	2	2	2	10

43	MIA	25	P	1	1	1	1	1	5
44	OT	23	P	1	1	1	1	1	5
45	DC	25	P	2	2	1	2	1	8
46	aes	24	p	1	1	1	1	1	5
47	ANK	25	L	1	1	1	1	1	5
48	D	23	P	1	1	1	1	1	5
49	GN	23	L	1	3	1	3	1	9
50	SURYA	27	L	1	1	1	1	1	5
51	ARIS	24	L	1	3	1	3	1	9
52	HILMAN	35	L	2	1	1	1	1	6
53	ICHA	25	P	1	2	2	2	1	8
54	F	21	P	2	1	1	1	1	6
55	RWW	26	L	1	1	1	1	1	5
56	D	27	P	1	1	1	2	1	6
57	S	26	P	3	2	1	2	1	9
58	ARFI	27	L	2	1	1	1	1	6
59	RIKA	24	P	1	2	2	2	1	8
60	YT	26	P	2	1	1	1	1	6
61	HAN	36	P	1	1	1	1	1	5
62	HERMANTO	31	L	1	1	1	1	1	5
63	DF	39	P	1	1	1	1	3	7
64	ABDUL	28	L	1	1	1	1	2	6
65	HQ	45	L	1	1	1	1	1	5
66	PW	45	P	1	1	1	1	1	5
67	TS	25	P	1	1	1	1	1	5
68	SM	24	L	2	1	1	1	2	7
69	IKBAL	29	L	1	1	1	2	1	6
70	EDI	30	L	1	1	1	1	2	6
71	JUNAEDI PERMANA	42	L	1	1	1	1	1	5
72	HAMIDAH NURAENI	42	P	1	1	1	1	1	5
73	EKO AGUS	40	L	3	2	1	1	3	10
74	WAWAN MULYADI	47	L	1	1	1	1	3	7
75	GP	26	L	1	1	1	1	1	5
76	Yusuf	42	L	2	2	2	2	2	10
77	Anita Tulusiana Dewi	46	P	1	1	1	1	1	5
78	suyadi	40	L	1	1	1	1	1	5
79	Ff	30	P	3	2	2	2	2	11
80	Sandra	28	P	2	2	2	2	1	9
81	WP	41	P	2	1	1	1	1	6
82	reni anugrah	43	P	1	1	1	1	1	5
83	EWB	37	P	1	1	1	1	1	5
84	IP	33	P	2	1	1	1	1	6

85	Lucy	26	P	2	3	2	2	3	12
86	Jihan nur azizah	26	P	2	2	2	2	2	10
87	Lala	28	P	1	1	1	1	1	5
88	hanny ernawati	45	P	1	1	1	1	1	5
89	Fitria reymona	27	P	3	2	2	1	2	10
90	HT	34	P	1	1	1	1	1	5
91	dyah	50	P	1	1	1	1	1	5
92	Yulia rachma	45	P	3	2	2	2	2	11
93	Siti	25	P	3	2	2	2	2	11
94	Arsyi Silvia	23	P	1	1	1	1	1	5
95	Andi Dwi Wahyuni	23	P	2	2	2	1	2	9
96	Ardliyani Sulthony	21	P	2	2	2	2	2	10
97	Yuni triana	35	P	1	1	1	1	1	5
98	B	26	P	2	2	1	1	1	7
99	awm	33	P	3	2	1	1	1	8
100	Rika r mudrikoh	20	P	3	3	1	1	1	9
101	Hedy	24	L	2	2	1	2	1	8
102	Air	25	L	3	2	1	1	3	10
103	E	30	P	1	1	1	1	1	5
104	Dude Lukmanul Hakim	24	L	1	1	1	1	1	5
105	Heriawan	30	L	3	3	1	1	1	9
106	Sumiyatun	40	P	1	1	1	1	1	5
107	Deny kurniawan	28	L	1	1	1	1	1	5
108	Yudha	26	L	2	1	1	2	1	7
109	Nia	41	P	1	1	1	1	1	5
110	Dianti	44	P	1	1	1	1	1	5
111	Hajar Darmawan	45	P	2	1	1	1	1	6
112	Dian p	48	P	1	1	1	1	1	5
113	dwi	36	P	2	1	1	1	1	6

## **Lampiran 4**

### **Hasi Validitas dan Reliabilitas**



## Hasil Analisa Validitas dan Reliabilitas Skala *Self Control*

### Validitas Dan Reabilitas Skala *Self Control* (Uji Ke 1)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	34

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	99,7434	98,710	,334	,857
VAR00002	100,3009	96,516	,385	,855
VAR00003	99,9115	98,260	,300	,857
VAR00004	100,7611	96,183	,374	,856
VAR00005	100,5575	94,588	,451	,854
VAR00006	99,7965	97,414	,411	,855
VAR00007	99,8938	98,703	,318	,857
VAR00008	100,2832	97,937	,390	,855
VAR00009	101,1770	101,415	,052	,864
VAR00010	100,1416	94,301	,562	,851
VAR00011	100,8053	97,962	,304	,857
VAR00012	99,9558	96,918	,512	,853
VAR00013	100,0354	97,659	,403	,855
VAR00014	100,0265	97,437	,419	,855
VAR00015	100,3274	94,472	,474	,853
VAR00016	100,4336	94,730	,404	,855
VAR00017	100,5575	97,160	,387	,855
VAR00018	99,8319	99,873	,175	,861
VAR00019	99,9469	99,390	,225	,859
VAR00020	99,7788	97,085	,476	,854
VAR00021	99,8938	95,917	,454	,854
VAR00022	100,2743	96,469	,385	,855
VAR00023	100,3717	97,075	,432	,854
VAR00024	100,8053	100,872	,091	,863
VAR00025	100,0088	95,937	,480	,853
VAR00026	99,6106	98,204	,448	,855
VAR00027	100,8761	100,395	,114	,863
VAR00028	100,4336	99,855	,188	,860
VAR00029	100,6549	96,692	,395	,855
VAR00030	100,1239	97,431	,431	,855
VAR00031	100,2478	97,027	,435	,854
VAR00032	100,6903	97,144	,333	,857
VAR00033	100,3805	95,149	,536	,852
VAR00034	100,2920	95,244	,514	,852

### Validitas Dan Reabilitas Skala *Self Control* (Uji Ke 2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,869	29

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	85,4336	85,284	,330	,867
VAR00002	85,9912	83,170	,386	,866
VAR00003	85,6018	84,724	,307	,868
VAR00004	86,4513	82,946	,369	,866
VAR00005	86,2478	81,438	,448	,864
VAR00006	85,4867	84,127	,403	,865
VAR00007	85,5841	85,245	,317	,867
VAR00008	85,9735	84,473	,395	,865
VAR00010	85,8319	81,159	,561	,861
VAR00011	86,4956	84,395	,314	,867
VAR00012	85,6460	83,784	,491	,863
VAR00013	85,7257	84,451	,386	,866
VAR00014	85,7168	84,098	,415	,865
VAR00015	86,0177	81,285	,474	,863
VAR00016	86,1239	81,217	,422	,865
VAR00017	86,2478	83,813	,385	,866
VAR00020	85,4690	84,001	,451	,864
VAR00021	85,5841	82,459	,468	,863
VAR00022	85,9646	83,070	,390	,866
VAR00023	86,0619	83,559	,447	,864
VAR00025	85,6991	82,962	,456	,864
VAR00026	85,3009	84,837	,442	,865
VAR00027	86,5664	86,623	,125	,873
VAR00029	86,3451	83,246	,404	,865
VAR00030	85,8142	84,367	,402	,865
VAR00031	85,9381	83,630	,439	,864
VAR00032	86,3805	83,774	,333	,867
VAR00033	86,0708	81,977	,532	,862
VAR00034	85,9823	81,803	,531	,862



### Validitas Dan Reabilitas Skala *Self Control* ( Uji Ke 3)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,870	25

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	74,5133	69,431	,333	,868
VAR00002	75,0708	67,281	,407	,866
VAR00004	75,5310	67,448	,360	,868
VAR00005	75,3274	65,919	,451	,865
VAR00006	74,5664	68,176	,426	,865
VAR00007	74,6637	69,297	,329	,868
VAR00008	75,0531	68,926	,374	,867
VAR00010	74,9115	65,189	,609	,860
VAR00012	74,7257	67,897	,515	,863
VAR00013	74,8053	68,390	,417	,866
VAR00014	74,7965	68,574	,396	,866
VAR00015	75,0973	65,857	,472	,864
VAR00016	75,2035	65,699	,426	,866
VAR00017	75,3274	68,311	,368	,867
VAR00020	74,5487	68,232	,458	,865
VAR00021	74,6637	66,493	,503	,863
VAR00022	75,0442	67,007	,426	,865
VAR00023	75,1416	67,748	,462	,864
VAR00025	74,7788	67,049	,484	,864
VAR00026	74,3805	68,774	,477	,865
VAR00029	75,4248	68,354	,340	,868
VAR00030	74,8938	68,721	,393	,866
VAR00031	75,0177	68,410	,395	,866
VAR00033	75,1504	66,861	,496	,863
VAR00034	75,0619	66,880	,480	,864

## Hasil Analisa Validitas Dan Reliabilitas Skala Intensitas Membeli Melalui Pembelanjaan Online

**Validitas dan reliabilitas skala intensitas membeli melalui pembelanjaan online**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,724	,752	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR_1	5,00	2,161	,438	,309	,715
VAR_2	5,19	2,087	,693	,583	,585
VAR_3	5,40	2,777	,598	,393	,667
VAR_4	5,27	2,607	,442	,500	,692
VAR_5	5,27	2,590	,383	,237	,715

**Lampiran 5**  
**Blue Print Skala *Self Control* dan**  
**Intensitas Membeli Melalui**  
**Pembelanjaan *Online***



## Lampiran Blue Print Skala Sebelum Tryout

### Blue Print skala *Self Control*

Aspek	Favourable	unfavourable	Jumlah
<i>Behavioral control</i>	1, 6, 12, 18, 24	4, 9, 15, 21, 27, 32	11
<i>Cognitive control</i>	2, 7, 13, 19, 25, 30	5, 10, 16, 22, 28, 33	12
<i>Decisional control</i>	3, 8, 14, 20, 26, 31	11, 17, 23, 29, 34	11
<b>Total</b>	17	17	34

### Blue Print Skala Intensitas Membeli Melalui Pembelanjaan Online

variabel	Variasi	Indikator
Intensitas membeli melalui pembelanjaan online	Frekuensi	a. > 10 kali b. 3-10 kali c. < 3 kali
	Durasi	a. > 10 jam b. 2,5 jam – 10 jam c. <2,5 jam
	Value	a. > 1 juta b. 500.000 – 1 juta c. < 500.000

## Lampiran Blue Print Skala Setelah Tryout

### Blue Print skala *Self Control*

Aspek	Favourable	unfavourable	Jumlah
<i>Behavioral control</i>	1, 6, 12	4, 15, 21	6
<i>Cognitive control</i>	2, 7, 13, 25, 30	5, 10, 16, 22, 33	10
<i>Decisional control</i>	8, 14, 20, 26, 31	17, 23, 29, 34	9
<b>Total</b>	13	12	25

### Blue Print Skala Intensitas Membeli Melalui Pembelanjaan Online

variabel	Variasi	Indikator
Intensitas membeli melalui pembelanjaan online	frekuensi	a. > 10 kali b. 3-10 kali c. < 3 kali
	Durasi	a. > 10 jam b. 2,5 jam – 10 jam c. <2,5 jam
	Value	a. > 1 juta b. 500.000 – 1 juta c. < 500.000

## **Lampiran 6**

### **Skala Penelitian**





*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Saya Hanny Sandra Prahasty, mahasiswa semester akhir Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang, saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi). Dalam penelitian ini, saya harus memenuhi kewajiban untuk melakukan pengambilan data primer (langsung dari responden) yang dipergunakan untuk melakukan pengujian hipotesis.

Dalam memenuhi kewajiban tersebut, saya memohon kesediaan bapak/ibu/saudara untuk menjadi responden dalam penelitian ini, sebagai peneliti, saya terikat dalam kode etik Psikologi yang menyatakan bahwa **saya berkewajiban menjaga kerahasiaan data responden dan hanya berhak menggunakan data hanya untuk kepentingan penelitian.**

Sebagai informasi skala ini bukanlah tes, sehingga tidak ada jawaban benar atau salah, baik atau buruk. Kemudian **data yang telah diberikan tidak ada kaitanya dengan kredibilitas dan penilaian kinerja bapak/ibu/saudara dalam institusi.**

Saya mengucapkan terimakasih banyak atas kerjasama dan dukungannya. Semoga dengan keikutsertaan anda sebagai responden, dapat memberikan sumbangsih kemajuan dalam bidang penelitian Psikologi.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Hormat Saya,

Hanny Sandra P.

**A. IDENTITAS**

Nama Lengkap :  
 Usia :  
 Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan  
 Penghasilan per bulan : ☐ < 3.5 juta ☐ > 3.5 juta

**Petunjuk Pengisian**

1. Isilah identitas Saudara/I dengan benar
2. Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Saudara, dengan memberikan tanda **Centang (✓)** pada salah satu jawaban yang tersedia dengan ketentuan:

**SS** : Bila Anda **Sangat Setuju** dengan pernyataan

**S** : Bila Anda **Setuju** dengan pernyataan

**TS** : Bila Anda **Tidak Setuju** dengan pernyataan

**STS** : Bila Anda **Sangat Tidak Setuju** dengan Pernyataan

3. Apabila Saudara ingin mengganti jawaban, beri tanda (=) pada jawaban yang telah Saudara buat sebelumnya. Kemudian berilah tanda centang (✓) pada jawaban baru.

Contoh :

STS	TS	S	SS
✓			
≠	✓		

Jawaban yang ingin di ganti

Jawaban yang sudah diganti

4. Jawablah semua pernyataan tanpa ada yang terlewat.

**SKALA 1**

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya cenderung berhati-hati dalam melakukan sesuatu				
2.	Saya tidak harus mendapatkan sesuatu yang saya inginkan.				
3.	Saya adalah orang yang selalu spontan dalam bertindak				
4.	Saya harus mendapatkan semua yang saya inginkan.				
5.	Saya akan menjaga tutur kata saya saat berbicara.				
6.	Saya mampu memilah antara kebutuhan dan keinginan.				
7.	Saya teguh pendirian walaupun banyak yang menentang.				
8.	Keinginan saya harus terpenuhi meskipun harus mengabaikan kebutuhan.				
9.	Saya akan memahami permasalahan sebelum bertindak.				
10.	Saya akan memaklumi keadaan jika yang saya inginkan tidak terwujud.				
11.	Saya teguh dalam berpendirian.				



12.	Jarang memikirkan akibatnya dari tindakan yang saya lakukan.				
13.	Saya akan melakukan cara apapun untuk mendapatkan apa yang saya mau.				
14.	Saya cenderung ragu menentukan pilihan.				
15.	Saya akan mempertimbangkan baik-buruknya sebelum memutuskan, ketika saya dihadapkan pada masalah.				
16.	Saya melakukan segala hal yang saya mau, meskipun itu merugikan orang lain.				
17.	Apa yang saya inginkan harus segera tersedia.				
18.	Saya jarang mendapat kesempatan untuk memutuskan suatu hal.				
19.	Saya menyadari bahwa tidak semua hal yang saya inginkan harus terwujud.				
20.	Menurut saya, berpikir sebelum bertindak itu sangat penting.				
21.	Saya termasuk orang yang sulit dalam memutuskan sesuatu.				
22.	Saya dapat menahan keinginan demi mendapatkan yang lebih baik.				
23.	Saya termasuk orang yang tenang dalam mengambil keputusan.				
24.	Saya sulit menahan keinginan untuk memiliki sesuatu.				
25.	Saya mudah terpengaruh oleh orang lain.				

### Petunjuk Pengisian

- Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Saudara, dengan memberikan tanda **Centang (✓)** pada salah satu jawaban yang tersedia.
- Apabila Saudara ingin mengganti jawaban, beri tanda (=) pada jawaban yang telah Saudara buat sebelumnya. Kemudian berilah tanda centang (✓) pada jawaban baru.

Contoh :

A	B	C
✓		
≠	✓	

Jawaban yang ingin di ganti

Jawaban yang sudah diganti

### SKALA 2

1. Dalam 1 minggu, saya melakukan penelusuran di toko online sebanyak

a.> 10 kali	
b.3-10 kali	
c.< 3kali	

2. Dalam 1 minggu, waktu yang saya gunakan untuk melakukan penelusuran di toko online

a. > 10jam	
b. 2,5 jam – 10 jam	
c. < 2,5 jam	

3. Dalam 1 minggu, saya melakukan pembelian secara online sebanyak

a. > 10 kali	
b. 3-10 kali	
c. < 3kali	

4. Dalam 1 minggu, waktu yang saya gunakan untuk melakukan pembelian secara online

a. > 10jam	
b. 2,5 jam – 10 jam	
c. < 2,5 jam	

5. Dalam 1 minggu, biaya yang saya keluarkan untuk melakukan pembelian secara online sebanyak

a. > 1 juta	
b. 500.000 – 1 juta	
c. < 500.000	

***Periksalah kembali jawaban anda dan pastikan tidak ada nomor yang terlewat***

***~Terima kasih atas partisipasinya, semoga dapat bermanfaat~***

## **Lampiran 7**

### **Rekapitulasi Data Skala *Self Control***



no	Subjek	Usia	JK	gaji	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21
1	FITRI EKA PUTRI	26 TH	P	>3,5 JT	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	
2	AGUS LUMAKSONO	41 TH	L	>3,5 JT	4	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	1	1	2	3	2	
3	FAIRUZZA	26 TH	P	>3,5 JT	4	4	3	2	3	4	3	2	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	4	
4	ADITYA YUSRIL	27 TH	L	>3,5 JT	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	
5	ABU	28 TH	L	>3,5 JT	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
6	SDA	29 TH	P	>3,5 JT	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	
7	PANCA CEMAL	38 TH	L	>3,5 JT	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	
8	DISTY R	29 TH	P	>3,5 JT	4	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	4	3	3	2	4	4	
9	RANI OKTVIANI	30 TH	P	>3,5 JT	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
10	DIBAJ A.R	32 TH	L	>3,5 JT	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	
11	FIRA ANGGITA	31 TH	P	>3,5 JT	4	3	2	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	
12	INDIRA TANIA	26 TH	P	>3,5 JT	4	2	3	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	2	4	2	1	2	4	4	
13	WINDARI	29 TH	P	>3,5 JT	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	
14	CATUR AYU R	27 TH	P	>3,5 JT	4	1	1	1	2	3	2	2	2	3	1	1	1	3	3	4	4	1	2	3	
15	irma	39 th	P	>3,5 JT	4	3	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	
16	MAS AYU WLANDARI	35 TH	P	>3,5 JT	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	4	3	3	4	4	
17	ADITYA MAULANA AKBAR	26 TH	L	>3,5 JT	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	
18	RUDHY H	45 TH	L	>3,5 JT	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	3	1	4	3	4	4	4	3	4	4	
19	PERNADA PUTRA	28 TH	L	>3,5 JT	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	
20	BAMBANG	29 TH	L	>3,5 JT	4	3	2	3	4	4	4	4	4	2	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	
21	ALDHAN HANIF	27 TH	L	>3,5 JT	4	4	2	3	4	4	3	3	3	4	3	2	1	3	4	3	3	3	4	4	
22	IRVAN KURNIA ARDI	30 TH	L	>3,5 JT	4	4	2	2	4	4	3	1	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	
23	FATHAN DAULAY	28 TH	L	>3,5 JT	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	
24	ATTAILLAH ARSYAD	29 TH	L	>3,5 JT	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	
25	SAKINNA AR-RAYYAN	27 TH	P	>3,5 JT	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	
26	PIPIT INDRAWARI	26 TH	P	>3,5 JT	4	3	2	2	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	
27	FANY SOPIANINGSIH	37 TH	P	>3,5 JT	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	
28	MAULIDIA	40 TH	P	>3,5 JT	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	
29	AZ ZAHIRANI PUTRI	25 TH	P	>3,5 JT	4	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	
30	YULI ANDINI	31 TH	P	>3,5 JT	4	3	2	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	
31	SALSA BILA PUTRI	26 TH	P	>3,5 JT	4	4	2	2	4	4	3	3	3	4	3	1	2	1	4	4	3	3	4	4	
32	DARNA	34 TH	P	>3,5 JT	4	2	3	2	4	4	3	3	3	2	3	4	2	3	4	4	3	3	4	4	

33	ENDANG	45TH	P	>3,5 JT	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4
34	TYAS DIAH EKA SUSANTI	28 TH	P	> 3,5 JT	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	
35	MUHAMMAD ISMAIL P	28 TH	L	>3,5 JT	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	1	4	
36	SITI MUDJIARTI	31 TH	P	>3,5 JT	4	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	4	
37	HANY	28 TH	P	>3,5 JT	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	
38	HERMAN	44 TH	L	>3,5 JT	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4
39	HAZ	30 TH	L	>3,5 JT	3	2	4	4	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	2	4	3	3
40	KUSNADI	45 TH	L	>3,5 JT	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
41	RIVCY UBAIDILLAH	28 TH	L	>3,5 JT	4	3	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4
42	YUNI TRIANA	35 TH	P	>3,5 JT	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2
43	RATU SAKINATUL AQILA	30 TH	P	>3,5 JT	4	3	1	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4
44	SOFA p.	25 th	P	>3,5 JT	4	4	1	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
45	ATIQA PURNAMASARI	28 TH	P	>3,5 JT	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
46	AY	26 TH	P	>3,5 JT	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3
47	ADRIAN MUHAMMAD	41 TH	L	>3,5 JT	4	4	1	4	4	4	3	4	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4
48	INTAN	39 TH	P	>3,5 JT	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
49	MELINDA SARI	35 TH	P	>3,5 JT	4	3	3	1	4	4	3	2	4	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3
50	RIKI P.	28 TH	L	>3,5 JT	3	1	1	1	4	4	4	1	4	4	4	1	1	1	4	1	1	1	1	3
51	DENIS	26 TH	P	>3,5 JT	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
52	RATNA	30 TH	P	>3,5 JT	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	4	2	4	4	4	3	1	4
53	ENY KURNIANTI SP.	40 TH	P	>3,5 JT	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	2	4	4
54	FALDI ZAINUDIN	26 TH	L	>3,5 JT	4	3	2	2	4	3	3	2	3	3	4	3	2	3	4	2	2	3	3	4
55	ARSI FARADILA	26 TH	P	>3,5 JT	2	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4
56	INDAH A	25 TH	P	>3,5 JT	4	2	2	3	4	2	2	3	4	3	3	3	3	2	4	3	2	3	4	4
57	SANTI	29 TH	P	>3,5 JT	2	2	2	2	4	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3
58	SHINTA PERMATA M.	43 TH	P	>3,5 JT	4	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
59	N. ISMAIL R.	30 TH	L	>3,5 JT	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	2	3	4
60	NUR AZIZAH	38 TH	P	>3,5 JT	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4
61	IRENA DWI PRASINTA	26 TH	P	>3,5 JT	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
62	INDAH CAHYATI	28 TH	P	>3,5 JT	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	LAILA SARI	26 TH	P	>3,5 JT	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	
64	LIDIA P	30 TH	P	>3,5 JT	3	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3
65	ANA SARI P	31 TH	P	>3,5 JT	3	1	1	2	2	1	2	1	3	2	1	4	3	2	3	4	3	3	2	4
66	SHEILA	30	P	>3,5 JT	2	3	2	4	2	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4

	RACHMAWATI	TH		JT																				
67	ARY KUSUMA NIGRUM	25 TH	P	>3,5 TH	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	
68	RINA MAHARANI	29 TH	P	>3,5 JT	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
69	MOHAMMAD SHOBIRIN	28 TH	L	>3,5 JT	4	3	3	2	3	2	4	3	4	3	4	1	1	2	4	3	3	3	3	4
70	CLARA	26 TH	P	>3,5 JT	3	4	2	2	4	3	3	3	3	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3
71	AMALIA KHUSNA	28 TH	P	>3,5 JT	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	3	4	4	2	4	4	1	3	3	4
72	MUTMAINNAH EL KARIMAH	27 TH	P	>3,5 JT	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3
73	RENI	31 TH	P	>3,5 JT	3	3	2	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4
74	SYAIFUL ARIF	37 TH	L	>3,5 JT	4	2	3	2	4	4	4	3	4	4	4	2	3	2	4	4	3	3	3	4
75	NADYA HUSNA FADILA	26 TH	P	>3,5 JT	2	3	3	4	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	1	3	2	3	2	2
76	DEDEN SETIAWAN	45 TH	L	>3,5 JT	3	2	3	1	4	3	3	3	3	2	3	1	3	3	4	4	4	3	3	4
77	WAWAN HERMANTO	27 TH	L	>3,5 JT	3	2	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	4	4	2	3	3	4
78	FARHAN FARIS	38 TH	L	>3,5 JT	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4
79	MKS	28 TH	L	>3,5 JT	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4
80	IZZAM SAPUTRA	40 TH	L	>3,5 JT	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
81	FAWA'IZUL AYADI	28 TH	L	>3,5 JT	4	4	2	1	4	4	4	1	3	2	4	1	1	3	4	2	1	3	3	3
82	RUDI BRIANTO	38 TH	L	>3,5 JT	4	2	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4
83	FRANKY PERWIRA	28 TH	L	>3,5 JT	4	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	4
84	ABDUL AMIN	27 TH	L	>3,5 JT	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	2	3	2	4	3	3	2	4	4
85	SYAHNAN	33 TH	L	>3,5 JT	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	2	4	2	2	3	2	4
86	Rosalina Febrianti	35 TH	P	>3,5 JT	3	3	2	1	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3
87	SAMSUL MA'ARIF	35 TH	L	>3,5 JT	4	3	2	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4
88	YUNTADITAMA	29 TH	L	>3,5 JT	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
89	ZAINUDIN FANANI	30 TH	L	>3,5 JT	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	2	2	4	4	3	3	4	3
90	AZIZ S.	27 TH	L	>3,5 JT	4	4	3	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	2	4	4	2	3	3	4
91	BR	29 TH	P	>3,5 JT	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3
92	AS	39 TH	L	>3,5 JT	4	3	2	3	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
93	AL	39 TH	L	>3,5 JT	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	1	1	2	4	4
94	A	26 TH	P	>3,5 JT	4	1	1	1	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	4	4	2	4	4	4
95	ASRI FEBRIANTI	28 TH	P	>3,5 JT	4	1	2	2	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	3	3	4
96	BELINDA PRASTITI	36 TH	P	>3,5 JT	3	4	2	4	4	3	2	4	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3
97	SUBANDI	41 TH	L	>3,5 JT	3	3	2	2	3	4	2	3	3	3	2	3	2	2	4	3	2	3	4	4
98	RDA	27 TH	P	>3,5 JT	4	3	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	4	2	2	2	3	3
99	SH	33	L	>3,5	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	4	3	3	4	4

		TH		JT																					
100	SA	34 TH	P	> 3,5 JT	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	1	4	4	3	3	4	4	
101	WADIA KURNIA W	35 TH	P	> 3,5 JT	4	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	
102	YUNUS TUHULELE	44 TH	L	> 3,5 JT	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	
103	SADI SIDQI	42 TH	L	> 3,5 JT	3	3	2	2	4	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	2	4	3	3	
104	C	33 TH	L	> 3,5 JT	4	3	3	1	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	4	4	
105	TOMY KURNIAWAN	45 TH	L	> 3,5 JT	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	



## **Lampiran 8**

### **Rekapitulasi Data Skala Intensitas Membeli Melalui Pembelanjaan Online**





no	Subjek	Usia	JK	gaji	y1	y2	y3	y4	y5	jumlah
1	FITRI EKA PUTRI	26 TH	P	> 3,5 JT	2	1	1	1	2	7
2	AGUS LUMAKSONO	41 TH	L	>3,5 JT	2	1	1	1	58 1	6
3	FAIRUZZA	26 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
4	ADITYA YUSRIL	27 TH	L	> 3,5 JT	2	1	1	1	1	6
5	ABU	28 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
6	SDA	29 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
7	PANCA CEMAL	38 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
8	DISTY R	29 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
9	RANI OKTVIANI	30 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
10	DIBAJ AL R.	32 TH	L	> 3,5 JT	3	2	1	1	1	8
11	FIRA ANGGITA	31 TH	P	> 3,5 JT	3	1	1	1	1	7
12	INDIRA TANIA	26 TH	P	> 3,5 JT	2	1	1	1	1	6
13	WINDARI	29 TH	P	> 3,5 JT	2	1	1	1	1	6
14	CATUR AYU R	27 TH	P	> 3,5 JT	2	2	1	1	2	8
15	irma	39 th	P	> 3,5 JT	2	1	1	1	1	6
16	MAS AYU WLANDARI	35 TH	P	> 3,5 JT	1	2	1	2	1	7
17	ADITYA MAULANA AKBAR	26 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
18	RUDHY H	45 TH	L	> 3,5 JT	1	3	1	3	1	9
19	PERNADA PUTRA	28 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	3	7
20	BAMBANG	29 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
21	ALDHAN HANIF	27 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
22	IRVAN KURNIA ARDI	30 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
23	FATHAN DAULAY	28 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	2	6
24	ATTAILLAH ARSYAD	29 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
25	SAKINNA AR- RAYYAN	27 TH	P	>3,5 JT	1	1	1	1	2	6
26	PIPIT INDRAWARI	26 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	3	7
27	FANY SOPIANINGSIH	37 TH	P	> 3,5 JT	2	1	1	1	1	6
28	MAULIDIA	40 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
29	AZ ZAHRANI PUTRI	25 TH	P	> 3,5 JT	3	1	1	1	1	7
30	YULI ANDINI	31 TH	P	>3,5 JT	1	1	1	1	1	5
31	SALSA BILA PUTRI	26 TH	P	> 3,5 JT	2	1	1	1	1	6
32	DARNA	34 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
33	ENDANG	45TH	P	>3,5 JT	1	1	1	1	1	5
34	TYAS DIAH EKA SUSANTI	28 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
35	MUHAMMAD ISMAIL P	28 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
36	SITI MUDJIARTI	31 TH	P	> 3,5 JT	2	2	2	2	2	10
37	HANY	28 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
38	HERMAN	44 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
39	HAZ	30 TH	L	> 3,5 JT	3	2	2	2	2	11

40	KUSNADI	45 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
41	RIVCY UBADILLAH	28 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
42	YUNI TRIANA	35 TH	P	> 3,5 JT	1	3	1	3	1	9
43	RATU SAKINATUL AQILA	30 TH	P	> 3,5 JT	2	1	1	2	1	7
44	SOFA p.	25 th	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
45	ATIQA PURNAMASARI	28 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
46	AY	26 TH	P	> 3,5 JT	2	2	2	2	1	9
47	ADRIAN MUHAMMAD	41 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
48	INTAN	39 TH	P	> 3,5 JT	2	1	1	1	1	6
49	MELINDA SARI	35 TH	P	> 3,5 JT	3	2	2	1	2	10
50	RIKI P.	28 TH	L	> 3,5 JT	3	2	2	2	2	11
51	DENIS	26 TH	P	> 3,5 JT	2	2	2	2	2	10
52	RATNA	30 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
53	ENY KURNIANTI SP.	40 TH	P	> 3,5 JT	1	2	2	2	1	8
54	FALDI ZAINUDIN	26 TH	L	> 3,5 JT	2	1	1	1	1	6
55	ARSI FARADILA	26 TH	P	> 3, 5 JT	2	1	1	1	1	6
56	INDAH A	25 TH	P	> 3,5 JT	2	2	1	2	2	9
57	SANTI	29 TH	P	> 3,5 JT	2	2	2	2	2	10
58	SHINTA PERMATA M.	43 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
59	N. ISMAIL R.	30 TH	L	> 3,5 JT	3	2	1	2	1	9
60	NUR AZIZAH	38 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
61	IRENA DWI PRASINTA	26 TH	P	> 3, 5 JT	2	1	1	1	2	7
62	INDAH CAHYATI	28 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
63	LAILA SARI	26 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
64	LIDIA P	30 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	2	1	6
65	ANA SARI P	31 TH	P	> 3, 5 JT	2	2	2	2	2	10
66	SHEILA RACHMAWATI	30 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
67	ARY KUSUMA NIGRUM	25 TH	P	> 3,5 TH	1	1	1	2	1	6
68	RINA MAHARANI	29 TH	P	> 3, 5 JT	1	2	2	2	1	8
69	MOHAMMAD SHOBIRIN	28 TH	L	> 3,5 JT	3	1	1	1	2	8
70	CLARA	26 TH	P	> 3,5 JT	1	3	1	3	1	9
71	AMALIA KHUSNA	28 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
72	MUTMAINNAH EL KARIMAH	27 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	2	6
73	RENI	31 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
74	SYAIFUL ARIF	37 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	3	7
75	NADYA HUSNA FADILA	26 TH	P	> 3,5 JT	2	2	2	2	2	10
76	DEDEN SETIAWAN	45 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
77	WAWAN HERMANTO	27 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	2	1	6

78	FARHAN FARIS	38 TH	L	> 3,5 JT	3	2	1	1	3	10
79	MKS	28 TH	L	> 3,5 JT	2	1	1	1	1	6
80	IZZAM SAPUTRA	40 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
81	FAWA'IZUL AYADI	28 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
82	RUDI BRIANTO	38 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
83	FRANKY PERWIRA	28 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
84	ABDUL AMIN	27 TH	L	> 3,5 JT	2	2	1	2	1	8
85	SYAHNAN	33 TH	L	> 3,5 JT	2	2	1	1	1	7
86	Rosalina Febrianti	35 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
87	SAMSUL MA'ARIF	35 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
88	YUNTADITAMA	29 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
89	ZAINUDIN FANANI	30 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
90	AZIZ S.	27 TH	L	> 3,5 JT	3	2	2	2	2	11
91	BR	29 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
92	AS	39 TH	L	> 3,5 JT	3	3	1	1	1	9
93	AL	39 TH	L	> 3,5 JT	2	2	1	1	1	7
94	A	26 TH	P	> 3,5 JT	2	2	1	2	1	8
95	ASRI FEBRIANTI	28 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
96	BELINDA PRASTITI	36 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
97	SUBANDI	41 TH	L	> 3,5 JT	2	2	2	1	2	9
98	RDA	27 TH	P	> 3,5 JT	3	2	1	1	3	10
99	SH	33 TH	L	> 3,5 JT	3	2	1	1	1	8
100	SA	34 TH	P	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
101	WADIA KURNIA W	35 TH	P	> 3,5 JT	2	2	2	2	2	10
102	YUNUS TUHULELE	44 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5
103	SADI SIDQI	42 TH	L	> 3,5 JT	2	3	2	2	3	12
104	C	33 TH	L	> 3,5 JT	3	3	1	1	1	9
105	TOMY KURNIAWAN	45 TH	L	> 3,5 JT	1	1	1	1	1	5

## **LAMPIRAN 9**

### **HASIL PERHITUNGAN T SCORE**



SELF_CONTROL	INTENSITAS	Z.SC	Z.IM	TSC	TIM	KAT_SELF.C	KAT_IM
87	7	1,02027	0,20242	88,2	9,02	TINGGI	TINGGI
72	6	-0,66945	0,31598	71,31	3,84	RENDAH	RENDAH
71	5	-0,7821	0,83438	70,18	-1,34	RENDAH	RENDAH
70	6	-0,89475	0,31598	69,05	3,84	RENDAH	RENDAH
77	5	-0,10621	0,83438	76,94	-1,34	RENDAH	RENDAH
86	5	0,90762	0,83438	87,08	-1,34	TINGGI	RENDAH
74	5	-0,44416	0,83438	73,56	-1,34	RENDAH	RENDAH
85	5	0,79498	0,83438	85,95	-1,34	TINGGI	RENDAH
92	5	1,58351	0,83438	93,84	-1,34	TINGGI	RENDAH
98	8	2,2594	0,72083	100,59	14,21	TINGGI	TINGGI
91	7	1,47087	0,20242	92,71	9,02	TINGGI	TINGGI
72	6	-0,66945	0,31598	71,31	3,84	RENDAH	RENDAH
84	6	0,68233	0,31598	84,82	3,84	TINGGI	RENDAH
56	8	-2,47183	0,72083	53,28	14,21	RENDAH	TINGGI
73	6	-0,5568	0,31598	72,43	3,84	RENDAH	RENDAH
84	7	0,68233	0,20242	84,82	9,02	TINGGI	TINGGI
75	5	-0,33151	0,83438	74,68	-1,34	RENDAH	RENDAH
85	9	0,79498	1,23923	85,95	19,39	TINGGI	TINGGI
72	7	-0,66945	0,20242	71,31	9,02	RENDAH	TINGGI
86	5	0,90762	0,83438	87,08	-1,34	TINGGI	RENDAH
79	5	0,11909	0,83438	79,19	-1,34	TINGGI	RENDAH
79	5	0,11909	0,83438	79,19	-1,34	TINGGI	RENDAH
70	6	-0,89475	0,31598	69,05	3,84	RENDAH	RENDAH
87	5	1,02027	0,83438	88,2	-1,34	TINGGI	RENDAH
81	6	0,34438	0,31598	81,44	3,84	TINGGI	RENDAH
80	7	0,23173	0,20242	80,32	9,02	TINGGI	TINGGI
69	6	-1,0074	0,31598	67,93	3,84	RENDAH	RENDAH
85	5	0,79498	-	85,95	-1,34	TINGGI	RENDAH

			0,83438				
61	7	-1,90858	0,20242	58,91	9,02	RENDAH	TINGGI
			-				
79	5	0,11909	0,83438	79,19	-1,34	TINGGI	RENDAH
			-				
73	6	-0,5568	0,31598	72,43	3,84	RENDAH	RENDAH
			-				
81	5	0,34438	0,83438	81,44	-1,34	TINGGI	RENDAH
			-				
76	5	-0,21886	0,83438	75,81	-1,34	RENDAH	RENDAH
			-				
80	5	0,23173	0,83438	80,32	-1,34	TINGGI	RENDAH
			-				
77	5	-0,10621	0,83438	76,94	-1,34	RENDAH	RENDAH
77	10	-0,10621	1,75763	76,94	24,58	RENDAH	TINGGI
			-				
79	5	0,11909	0,83438	79,19	-1,34	TINGGI	RENDAH
			-				
74	5	-0,44416	0,83438	73,56	-1,34	RENDAH	RENDAH
75	11	-0,33151	2,27603	74,68	29,76	RENDAH	TINGGI
			-				
98	5	2,2594	0,83438	100,59	-1,34	TINGGI	RENDAH
			-				
84	5	0,68233	0,83438	84,82	-1,34	TINGGI	RENDAH
64	9	-1,57064	1,23923	62,29	19,39	RENDAH	TINGGI
76	7	-0,21886	0,20242	75,81	9,02	RENDAH	TINGGI
			-				
90	5	1,35822	0,83438	91,58	-1,34	TINGGI	RENDAH
			-				
70	5	-0,89475	0,83438	69,05	-1,34	RENDAH	RENDAH
69	9	-1,0074	1,23923	67,93	19,39	RENDAH	TINGGI
			-				
89	5	1,24557	0,83438	90,46	-1,34	TINGGI	RENDAH
			-				
76	6	-0,21886	0,31598	75,81	3,84	RENDAH	RENDAH
74	10	-0,44416	1,75763	73,56	24,58	RENDAH	TINGGI
55	11	-2,58447	2,27603	52,16	29,76	RENDAH	TINGGI
57	10	-2,35918	1,75763	54,41	24,58	RENDAH	TINGGI
			-				
80	5	0,23173	0,83438	80,32	-1,34	TINGGI	RENDAH
81	8	0,34438	0,72083	81,44	14,21	TINGGI	TINGGI
			-				
71	6	-0,7821	0,31598	70,18	3,84	RENDAH	RENDAH
			-				
85	6	0,79498	0,31598	85,95	3,84	TINGGI	RENDAH
73	9	-0,5568	1,23923	72,43	19,39	RENDAH	TINGGI
59	10	-2,13388	1,75763	56,66	24,58	RENDAH	TINGGI
81	5	0,34438	-	81,44	-1,34	TINGGI	RENDAH

			0,83438				
86	9	0,90762	1,23923	87,08	19,39	TINGGI	TINGGI
			-				
85	5	0,79498	0,83438	85,95	-1,34	TINGGI	RENDAH
80	7	0,23173	0,20242	80,32	9,02	TINGGI	TINGGI
			-				
100	5	2,4847	0,83438	102,85	-1,34	TINGGI	RENDAH
			-				
75	5	-0,33151	0,83438	74,68	-1,34	RENDAH	RENDAH
			-				
81	6	0,34438	0,31598	81,44	3,84	TINGGI	RENDAH
60	10	-2,02123	1,75763	57,79	24,58	RENDAH	TINGGI
			-				
81	5	0,34438	0,83438	81,44	-1,34	TINGGI	RENDAH
			-				
76	6	-0,21886	0,31598	75,81	3,84	RENDAH	RENDAH
96	8	2,03411	0,72083	98,34	14,21	TINGGI	TINGGI
76	8	-0,21886	0,72083	75,81	14,21	RENDAH	TINGGI
76	9	-0,21886	1,23923	75,81	19,39	RENDAH	TINGGI
			-				
81	5	0,34438	0,83438	81,44	-1,34	TINGGI	RENDAH
			-				
68	6	-1,12005	0,31598	66,8	3,84	RENDAH	RENDAH
			-				
80	5	0,23173	0,83438	80,32	-1,34	TINGGI	RENDAH
81	7	0,34438	0,20242	81,44	9,02	TINGGI	TINGGI
63	10	-1,68329	1,75763	61,17	24,58	RENDAH	TINGGI
			-				
74	5	-0,44416	0,83438	73,56	-1,34	RENDAH	RENDAH
			-				
78	6	0,00644	0,31598	78,06	3,84	TINGGI	RENDAH
78	10	0,00644	1,75763	78,06	24,58	TINGGI	TINGGI
			-				
90	6	1,35822	0,31598	91,58	3,84	TINGGI	RENDAH
			-				
92	5	1,58351	0,83438	93,84	-1,34	TINGGI	RENDAH
			-				
73	5	-0,5568	0,83438	72,43	-1,34	RENDAH	RENDAH
			-				
70	5	-0,89475	0,83438	69,05	-1,34	RENDAH	RENDAH
			-				
77	5	-0,10621	0,83438	76,94	-1,34	RENDAH	RENDAH
77	8	-0,10621	0,72083	76,94	14,21	RENDAH	TINGGI
79	7	0,11909	0,20242	79,19	9,02	TINGGI	TINGGI
			-				
72	5	-0,66945	0,83438	71,31	-1,34	RENDAH	RENDAH
			-				
78	5	0,00644	0,83438	78,06	-1,34	TINGGI	RENDAH

86	5	0,90762	0,83438	87,08	-1,34	TINGGI	RENDAH
79	5	0,11909	0,83438	79,19	-1,34	TINGGI	RENDAH
79	11	0,11909	2,27603	79,19	29,76	TINGGI	TINGGI
79	5	0,11909	0,83438	79,19	-1,34	TINGGI	RENDAH
87	9	1,02027	1,23923	88,2	19,39	TINGGI	TINGGI
72	7	-0,66945	0,20242	71,31	9,02	RENDAH	TINGGI
80	8	0,23173	0,72083	80,32	14,21	TINGGI	TINGGI
80	5	0,23173	0,83438	80,32	-1,34	TINGGI	RENDAH
75	5	-0,33151	0,83438	74,68	-1,34	RENDAH	RENDAH
70	9	-0,89475	1,23923	69,05	19,39	RENDAH	TINGGI
70	10	-0,89475	1,75763	69,05	24,58	RENDAH	TINGGI
76	8	-0,21886	0,72083	75,81	14,21	RENDAH	TINGGI
86	5	0,90762	0,83438	87,08	-1,34	TINGGI	RENDAH
77	10	-0,10621	1,75763	76,94	24,58	RENDAH	TINGGI
69	5	-1,0074	0,83438	67,93	-1,34	RENDAH	RENDAH
71	12	-0,7821	2,79443	70,18	34,94	RENDAH	TINGGI
82	9	0,45703	1,23923	82,57	19,39	TINGGI	TINGGI
99	5	2,37205	0,83438	101,72	-1,34	TINGGI	RENDAH



## **Lampiran 10**

### **Output SPSS Hasil Penelitian**



## T score

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	105	55,00	100,00	77,9429	8,87718
Y	105	5,00	12,00	6,6095	1,92901
Valid N (listwise)	105				

## Uji Korelasi Rank Spearman

### Correlations

		X	Y
Spearman's rho	X	1,000	-,317**
	Correlation Coefficient		
	Sig. (2-tailed)	.	,001
	N	105	105
	Y	-,317**	1,000
	Correlation Coefficient		
	Sig. (2-tailed)	,001	.
	N	105	105

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Analisa Regresi

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	self_c <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: intensitas\_m

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,361 <sup>a</sup>	,130	,122	1,80745

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50,501	1	50,501	15,458	,000 <sup>b</sup>
	Residual	336,489	103	3,267		
	Total	386,990	104			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

